



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

**“Análisis de mercado para el plan de exportación de muebles rústicos de
hierro y madera producidos en Ecuador para el mercado de Estados
Unidos”**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de
Licenciatura en Negocios Internacionales

Profesor Guía

Rodrigo Valencia

Autor

Daniela Lara

Año

2010

DECLARACION DEL PROFESOR GUIA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Rodrigo Valencia

Máster en Negocios Internacionales

C.I: 1711425635

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citados las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Daniela Alejandra Lara Mantilla

C.I: 1713411229

DEDICATORIA

Primero quiero agradecer a DIOS por darme la vida,
y por todas esas grandes oportunidades que en
ella han venido.

Principalmente quiero dedicar esta tesis a mis
padres y a mi hermana Gaby por estar conmigo
en todo momento.

Gracias a mi mami por darme una carrera
y por estar conmigo todo el tiempo,
a pesar de que pasamos por momentos muy duros
supiste siempre darme el empujón para culminar
con mis metas que sin ti no hubiera sido posible.

Les dedico este trabajo que me ha costado
varias horas dedicadas al día, muchas noches de
desvelo y al ser la hija mayor de esta familia,
espero que se sientan muy orgullosos de mí.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es un análisis de mercado para analizar la factibilidad de las exportaciones de muebles rústicos de hierro y madera forjados fabricados en Ecuador para la venta en el mercado de Estados Unidos, en el encontrarán la descripción del producto, el análisis de la industria, la producción en Ecuador, los factores que afectan a la misma así como la evolución de sus exportaciones y crecimiento en el mercado nacional e internacional. Además se encuentra el análisis del mercado de los Estados Unidos, la competencia a nivel mundial de esta industria así como los trámites de exportación y requisitos arancelarios. Los objetivos principales son dar a conocer esta industria a nivel internacional y si existe la aceptación de los mismos en el mercado meta escogido. Una vez concluido el desarrollo del presente, se determinó las falencias de la producción en el Ecuador así como las nuevas oportunidades que se pueden presentar en el mercado internacional, y en específico del mercado meta escogido.

ABSTRACT

The present work of certification is the an analysis of the market to determinate the factibility of the exportation of furniture's of iron and wood fabricated in Ecuador for the market of the United States of America, in this work will find the description of the product, the analysis of the industry, the production in Ecuador, the most important factors that affect the market, and the evolution of the exportation and the development in the national and international market. Then there is the analysis of the market in the United States of America, the global competition of this specific market and the paperworks for the exportation and the tariffs requirement. The principal objects are give to know this industry as an international level and if them are accept in the specific market chosen. When the investigation is done, was determined the falls of the production in the Ecuador and the new opportunities that can be presented in the international market, and in the specific market.

INDICE

1.- INTRODUCCION	1
2.- DEFINICION DEL PROBLEMA	3
2.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2.2.- PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	3
2.3.- FORMULACION DE HIPOTESIS	3
2.4.- OBJETIVOS	4
2.4.1.- OBJETIVO GENERAL	4
2.4.2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
3.- MARCO TEORICO	5
4.- DESARROLLO	9
4.1.- CAPITULO I: DESCRIPCION DEL PRODUCTO A EXPORTAR, PROVEEDORES, PRODUCTOS SUSTITUTOS, COSTOS Y PRECIOS DEL MISMO	9
4.1.1.- CARACTERISTICAS GENERALES DEL PRODUCTO	9
4.1.2.- VENTAJAS OFRECIDAS RESPECTO A PRODUCTOS SIMILARES	12
4.1.3.- PROCESO DE PRODUCCION	12
4.1.3.1.- DISEÑO DE MUEBLES	12
4.1.3.2.- MATERIALES PARA LA PRODUCCION DE MUEBLES DE HIERRO Y MADERA	13
4.1.4.- PROVEEDORES	14
4.1.5.- PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS	15
4.1.6.- COSTOS Y PRECIOS	16
4.2.- CAPITULO II: ANALISIS DE LA INDUSTRIA.	19
4.2.1.- EVOLUCION RECIENTE, PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS	19
4.2.1.1.- SITUACION ACTUAL DEL MERCADO	19

4.2.1.1.2.- PEQUEÑAS Y GRANDES EMPRESAS MOBILIARIAS EN EL ECUADOR.....	20
4.2.1.2.- SITUACION ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR.....	21
4.2.1.3.- MERCADO INTERNACIONAL DE MUEBLES	24
4.2.1.4.- SITUACION ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES DE MUEBLES.....	23
4.2.1.5.- EXPORTACIONES TOTALES DEL SECTOR DE MUEBLES.....	24
4.2.1.6.- PRONOSTICOS PARA EL MERCADO MUNDIAL..... DEL MERCADO DEL MUEBLE PARA EL PROXIMO QUINQUENIO	25
4.2.1.7.- PRODUCTOS EXPORTADOS POR EL ECUADOR EN EL SECTOR DE MUEBLES	26
4.2.1.8.- DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS	28
4.2.2- FACTORES ECONOMICOS, TECNOLOGICOS, DEMOGRAFICOS Y AMBIENTALES QUE AFECTAN A LA INDUSTRIA.	31
4.2.2.2.- FACTOR ECONOMICO	31
4.2.2.2.- FACTOR AMBIENTAL.....	32
4.2.2.3.- FACTOR TECNOLOGICO.....	34
4.2.2.4.- FACTOR DEMOGRAFICO	35
4.3.- CAPITULO III:ANALISIS Y REQUERIMIENTO DEL MERCADO META.....	36
4.3.1.- FACTORES GEOGRAFICOS, ECONOMICOS, DEMOGRÁFICOS, POLITICO, CONSUMISTA, QUE DETERMINAN EL MERCADO META.	36
4.3.1.1.- FACTOR GEOGRAFICO.....	36
4.3.1.2.- FACTOR ECONOMICO.....	36
4.3.1.3.- FACTOR POLITICO.....	37
4.3.1.4.- FACTOR DEMOGRAFICO.....	37
4.3.1.5.- FACTOR DE CONSUMO.....	39
4.3.1.5.- REGIONES DE MAYOR CONSUMO EN LOS ESTADOS UNIDOS ..	40
4.3.1.5.- TENDENCIA DEL DEL SECTOR.....	41
4.3.2.- CANAL DE PROMOCION Y DISTRIBUCION EN ESTADOS UNIDOS.....	42

4.3.2.2.- CANAL DE VENTAS EN ESTADOS UNIDOS.....	43
4.3.2.3.- SOCIO COMERCIAL EN EL PAIS DESTINO.....	43
4.3.3.- COMPETENCIA	44
4.3.3.1.- PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE ESTADOS UNIDOS.....	44
4.3.3.2.- EXPORTACIONES MUNDIALES	44
4.3.3.3.- PAISES EXPORTADORES	45
4.3.4.- BARRERAS Y TRATADOS COMERCIALES, TRÁMITES Y COSTOS PARA LA EXPORTACIÓN.....	48
4.3.4.1.- TRATADOS COMERCIALES	48
4.3.4.2.- BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	50
4.3.4.2.1.- BARRERAS ARANCELARIAS	50
4.3.4.2.2.- BARRERAS NO ARANCELARIAS Y REQUISITOS DE INGRESO	50
4.3.4.3.- PROCESO DE ENVIO DE LOS MUEBLES RUSTICOS DE HIERRO Y MADERA	51
4.3.4.3.1.- COSTOS DE ENVIO DE LOS MUEBLES RUSTICOS DE HIERRO Y MADERA	52
4.3.4.3.2.- TRÁMITES PARA REALIZAR LA EXPORTACION FRENTE A LA ADUANA	52
5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
6.- BIBLIOGRAFIA.....	59

INDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadro 1.1: Costos de Producción	17
Cuadro 1.2: Precios de venta en Ecuador	18
Gráfico 2.1: Distribución de empresas de muebles en las principales ciudades del Ecuador.....	20
Cuadro 2.3: Principales Exportaciones por producto	23
Cuadro 2.4: Exportaciones del Sector de Muebles (2003 – 2008).....	25
Cuadro 2.5: Principales Productos exportados por el Ecuador en el de muebles (2006 – 2008)	27
Gráfico 2.2.: Principales Subproductos del sector de muebles periodo 2002 - 2006.....	28
Cuadro 2.6: Principales importadores desde Ecuador en el sector de muebles (2008)	30
Gráfico 2.3: Destino de las Exportaciones de muebles periodo 2004 - 2008.....	31
Cuadro 3.7: Ciudades Estadounidenses de mayor importancia en venta de Muebles	41
Gráfico 3.4: Nuevos grandes Competidores	46
Cuadro 3.8: Países Exportadores de Muebles.....	47
Cuadro 3.9: Aranceles de muebles en países comerciales para el Ecuador.....	50

1. INTRODUCCION

En el presente trabajo de investigación se realiza un análisis del sector de muebles del mercado de Estados Unidos para determinar la factibilidad de un plan de exportación de muebles rústicos forjados de hierro y madera producidos en Ecuador.

Se decidió analizar la industria de los muebles de hierro y madera forjados debido a que es una industria que está comenzando a incrementar su producción, dando un importante valor agregado a la cultura artesanal que el Ecuador tiene demostrándolo a través de su mano de obra.

El mercado meta escogido es Estados Unidos debido a que es la primera potencia mundial, tiene una moneda en común con Ecuador, la distancia al encontrarse en el mismo continente, así como también las relaciones comerciales que existen y/o pueden llegar a tener entre Ecuador y Estados Unidos, entre otros.

Debido a que el Ecuador es un país reconocido a nivel internacional por sus excelentes productos primarios, es importante dar a conocer también la calidad de sus manufacturas, los productos descritos en esta investigación son muy conocidos especialmente los muebles de madera, los muebles rústicos de hierro son relativamente nuevos no solo en el mercado ecuatoriano sino a nivel internacional, por esta razón el primer capítulo está dedicado a la descripción de los muebles de hierro y madera forjados, sus precios, costos, y ventajas frente a las industrias similares, entre otros.

Por otro lado, uno de los propósitos primordiales de esta investigación es dar a conocer el impacto que los mismos tienen en el mercado nacional, analizando los principales factores que llegan a afectar a esta industria, así como el incremento o disminución de sus importaciones, conociendo de esta manera cuales son los principales mercados que importan desde el Ecuador muebles, los mismos que serán descritos en el segundo capítulo.

En el tercer capítulo se podrá observar los factores principales de Estados Unidos, los posibles canales de venta en caso de que el producto sea importado desde Ecuador, los grandes competidores para el Ecuador con respecto al mercado de los Estados Unidos así como también las grandes competencias a nivel internacional para el Ecuador, y los trámites y costos de este plan de exportación.

Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones extraídas a lo largo de estos tres capítulos de desarrollo.

2. DEFINICION DEL PROBLEMA

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es reconocido a nivel internacional por la excelente calidad de la madera, sus manufacturas y semi-facturas que se destinan al mercado externo.

Ecuador cuenta con una cultura artesanal de la madera que se ve reflejada en la importante industria de muebles, que empieza a repuntar en la exportación.¹

Los muebles de hierro forjados son relativamente nuevos en el mercado nacional e internacional, se cuenta con excelente mano de obra y gran creatividad para el impacto que estos muebles prometen.

Por medio de la presente investigación se realizara un análisis de mercados para determinar la factibilidad de la exportación de muebles rústicos forjados de hierro y madera producidos en Ecuador para el mercado de Estados Unidos.

2.2. PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Qué aspectos del mercado se deben analizar para determinar la factibilidad de exportar muebles rústicos forjados de hierro y madera producidos en Ecuador para el mercado de Estados Unidos?

2.3. FORMULACION DE HIPOTESIS

El análisis de mercado demuestra que es factible la exportación de muebles rústicos forjados de hierro y madera producidos en Ecuador para el mercado de Estados Unidos.

¹ Madera: La Oferta Ecuatoriana, 2007

2.4. OBJETIVOS

2.4.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis de mercado para conocer la factibilidad de exportar muebles rústicos forjados de hierro y madera producidos en Ecuador para el mercado de Estados Unidos.

2.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer acerca de los muebles rústicos de hierro y madera que se desean exportar, sus proveedores, los posibles productos sustitutos o complementarios que existen, costos y precios del mismo, dar a conocer al mercado las ventajas y desventajas de esta industria.
- Analizar la industria de los muebles rústicos de hierro y madera producidos en el Ecuador, determinando la situación actual en el incremento o disminución de la producción nacional como en sus exportaciones, adicionalmente los factores que afectan esta industria en este país.
- Explorar los requerimientos del mercado de Estados Unidos, cuales son los posibles canales de promoción y distribución, así como un estudio de la competencia, barreras y tratados comerciales, trámites y costos inherentes a la exportación de estos muebles.

3. MARCO TEORICO

Teoría del Comercio Internacional ¿Qué comerciamos?²

Cuando los países comercian entre sí, ¿Qué comercian? Para el mundo en su conjunto, la principal respuesta es que se intercambian bienes manufacturados como automóviles, PCs y ropa. Sin embargo, el comercio de productos minerales (una categoría que incluye todo, desde mineral de cobre a carbón, pero cuyo principal elemento en el mundo moderno es el petróleo) sigue siendo una parte importante del comercio mundial.

Hasta ahora, estas exóticas nuevas formas de comercio sigue siendo una parte relativamente pequeña del cuadro general del comercio, pero podría cambiar en los próximos años.

Una transformación más reciente ha sido el aumento de las exportaciones manufactureras del Tercer Mundo. Los términos Tercer Mundo y países en desarrollo se aplican a los países más pobres del mundo, muchos de los cuales fueron colonias europeas antes de la Segunda Guerra Mundial. Hasta los años setenta, estos países exportaban fundamentalmente bienes primarios. Sin embargo, desde entonces han pasado rápidamente a exportar bienes manufacturados. Se ha producido una revisión casi total de la importancia relativa. Más del 90% de las exportaciones de China, la economía en desarrollo más grande y de crecimiento más rápido del comercio mundial, son bienes manufacturados.

Por que comercian las naciones: la ventaja comparativa

De acuerdo con Smith, el comercio mutuamente benéfico requiere que cada nación sea el *productor de menor costo* de al menos un producto que pueda exportar a su socio comercial. ¿Pero qué pasa si una nación es más eficiente que su socio comercial en la producción de *todos* los productos? Insatisfecho con esta holgura en la teoría de Smith, David Ricardo (1772-1823) desarrolló

² Krugman; Obstfeld et al, 2006. Pp. 22, 23.

un principio para mostrar que el comercio mutuamente benéfico puede ocurrir ya sea que los países tengan o no ventaja comparativa.

En términos sencillos, el principio de Ricardo de la ventaja comparativa sostiene que el comercio internacional se debe sólo a las diferencias internacionales en la productividad del trabajo. La predicción básica del principio de Ricardo es que los países tenderán a exportar aquellos productos en los que su productividad del trabajo sea relativamente alta.

Por qué comercian las naciones: la ventaja absoluta

Adam Smith, un economista clásico, era un líder importante en la defensa del libre comercio (mercados abiertos) sobre la base de que promovía la división internacional del trabajo. Con el libre comercio las naciones podían concentrar su producción en los productos que podían hacer forma más económica, con todos los beneficios consecuentes de la división del trabajo.

Al aceptar la idea de *las diferencias de costos* difieren entre las naciones, sostuvo que las productividades de los factores de insumos representan el principal determinante del costo de la producción. Dichas productividades se sustentan en las ventajas naturales y adquiridas. Las primeras incluyen factores relacionados con el clima, la tierra y la riqueza mineral, mientras que las segundas incluyen las habilidades y técnicas especiales. Dada una ventaja natural o adquirida en la fabricación de un producto, Smith razonaba que una nación fabricaría ese producto a un costo menor y así se volvería más competitiva que su socio comercial. Smith visualizó la determinación de la competitividad desde *el lado de la oferta del mercado*.³

Estudios y evaluación de la factibilidad de exportar⁴

Factores Básicos

1. Extensión del país destinatario, distancias, orografía, clima y demás factores geográficos que pueden influir en el mercadeo del producto.

³ Carbaugh et al, Pp. 30, 31, 32.

⁴ Estrada et al, 2006 Pp. 23, 24, 25, 26.

2. Investigar los últimos censos de habitación poblacional para determinar el número de posibles consumidores, en especial de las ciudades principales.
3. Determinar la cuantía y distribución de los ingresos.
4. Productos sensibles, recursos naturales e importancia de los productos que constituyen la base de la economía y de los ingresos del gobierno.
5. Niveles de desarrollo industrial, en cuanto a su producto, por parte del país importador.

Acceso al mercado

Es preciso obtener información confiable y actualizado sobre:

1. Documentos o especies valoradas necesarios para legalizar las importaciones en el exterior, reglamentos de importación, restricciones, cuotas, (contingentes o cupos).
2. Imposición de los derechos de aduana y otros tributos a la importación como son el impuesto al valor agregado, tasas aduaneras y de servicios, trato arancelario preferencial, tiempos de vigencia de ese trato, circunstancias legales del mismo. Acuerdos internacionales: Acuerdo de Cartagena, Tratado de Montevideo, Sistema General de Preferencias, Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga, regulaciones de la Organización Mundial del Comercio, etc.
3. Métodos seguidos para el aforo físico y aforo aleatorio.
4. Normas técnicas vigentes en el país destino; en el caso de no haberlas para el producto en particular, investigar las normas de referencia más adecuadas como las Normas ISO (International Organization for Standardization); Normas Americanas muy usadas: ASTM, AME, API, ANSI, etc.
5. Reglas para las marcas indicadoras del país origen, regulaciones sobre etiquetas, certificados sanitarios y también los artículos y recipientes que requieren marcas, etc.

6. Reglamentos o códigos de construcción o de instalaciones para el caso de materiales pertinentes como: estructuras, elementos de construcción paneles, puertas, etc.
7. Reglamentaciones vigentes en cuanto al manejo de divisas, reembolsos al exterior, cambios internacionales y otras regulaciones.

Posibilidades de mercado

Cabe analizar:

1. Posibilidades de compra actual y futura.
2. Competencia de un producto similar elaborado en el país destinatario o que se comercializa en ese mercado.
3. Análisis de las importaciones, clasificadas por: cantidad, valor, país de origen, etc. (Estudiar la declinación o aumento de exportaciones en un periodo de alrededor de 5 años o más).
4. Precio referencial mundial y calidad de los bienes y artículos importados, de los producidos localmente; con relación al mercado actual y futuro.
5. Precio para grandes y pequeñas importaciones, descuentos y créditos para mayoristas, precios al detal y muestras sin valor comercial.
6. Cuantificación del mercado por los expedidores usuales. Posibilidades de introducir nuevos productos.
7. Investigar cómo funcionan los centros acopio en el exterior.

4. DESARROLLO

4.1. CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR, PROVEEDORES, PRODUCTOS SUSTITUTOS, COSTOS Y PRECIOS DEL MISMO.

4.1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PRODUCTO

Al principio de los tiempos los muebles eran objetos de la naturaleza que podían cumplir la función de un mueble, luego se comenzó a utilizar la madera como material para la creación de muebles.

Con el transcurrir de la evolución el hombre descubrió el arte y no demoró en darse cuenta de que era aplicable al diseño de muebles.

Los muebles antiguos fabricados de hierro forjado son actualmente considerados piezas de arte, así como las pinturas, esculturas, etc. El diseño de estos muebles antiguos rápidamente se transformó en el diseño de los muebles finos y su funcionalidad ya no es únicamente cumplir la función típica de comodidad, ahora también se le agrega a la exhibición exterior de la armonía y perfección de las formas.

Los muebles son aquellos componentes de una vivienda los cuales son los únicos capaces de otorgarle a la misma un estilo y personalidad única; pero como no todo mobiliario es similar o parecido, cada uno de ellos aporta sensaciones distintas.

El mobiliario desempeña un papel muy importante en la vida cotidiana de todas las personas alrededor del mundo y va ligado a ellas desde su origen hasta nuestros días, evolucionando según los gustos, las necesidades y las modas de cada época.

Existen al momento una gran variedad de tipos de muebles y hay que saber distinguir entre el mueble de estilo cotidiano, popular, rústico, entre otros.

La tendencia de hoy en día es lo rústico, todos hemos visto el pasar una moda tras otra y aunque en decoración de interiores estas etapas son más duraderas y sigue siendo cíclico.

Hoy por hoy la tendencia está bastante marcada hacia los muebles de hierro rústicos hechos a mano, al estilo natural y original, que le dan un toque exquisito y original al hogar, jardines, salones o a oficinas.

Los detalles, accesorios, materiales o muebles rústicos pueden transmitir una sensación de rusticidad, antigüedad, y un ambiente diferente, ya sea a una cocina, el mobiliario de la sala, que por sí solos, pueden crear un ambiente de este estilo, tanto en el campo como en la ciudad.

Los primeros muebles rústicos fueron realizados por reconocidos ebanistas para las clases nobles y los populares fueron fabricados artesanalmente por sus propietarios para su uso cotidiano.

Los muebles rústicos tienen características muy similares que los muebles antiguos. Y estas características antiguas es lo que hace que estos muebles sean distintos a los muebles cotidianos que actualmente tienen el mayor porcentaje de ventas en el mercado; gracias a que estos muebles poseen estas características no muy comunes ha hecho de estos un diferenciador de que los muebles rústicos hoy en día empiecen a ser cotizados y a competir con los muebles tradicionales que son los que mayor acogida tienen en el mercado hoy por hoy.

Otra de las características principales de los muebles rústicos es la versatilidad y funcionalidad, seguramente muchos de nosotros los relaciona con objetos o muebles únicamente destinados al salón o a los interiores de casas, departamentos o locales, pero esto no es así; los muebles rústicos también pueden observarse en patios, jardines o azoteas, también es muy común que esta clase de mobiliario se destine a exteriores debido a sus propiedades resistentes.

El hierro y la madera forjados permiten la fabricación de muebles en diversos estilos, desde los más clásicos hasta la estética más novedosa, empleando técnicas ancestrales, como la fragua y el yunque; o utilizando las más modernas técnicas para el trabajo con el hierro.

Debemos afirmar que el hierro se convierte en mueble al realizarse tres acciones: extrusión, fundido y forjado.

Como su nombre indica los muebles aquí descritos tienen como material principal al hierro forjado y madera en el respectivo caso, el resto de materiales pueden ser telas, esponjas, almohadones, asientos, y demás complementos que los muebles necesitan según las necesidades y gustos de los clientes.

El hierro forjado ha sido empleado durante miles de años, y ha sido la composición más habitual del "hierro" tal como se ha conocido a lo largo de toda la historia.

El hierro forjado es un material que da la posibilidad de construir imitaciones de piezas antiguas, como los portones, llamadores, herrajes, quicios, morillos para chimeneas, etc., tal como si fueran piezas fabricadas hace varios siglos.

El hierro forjado es un material que posee escaso contenido de carbono, por lo que es duro y a la vez maleable. Se puede aliar con otros materiales, pero es frágil y no puede utilizarse en láminas como espadas, etc. Es ideal para la fabricación de rejas, muebles y otros elementos constructivos.

El hierro forjado es una técnica de trabajo del hierro, que se realiza por calentamiento de las piezas de hierro, que son martilladas y moldeadas mientras están al rojo, y posteriormente son enfriadas bruscamente para darle la dureza y resistencia que los caracteriza. Este material no es bueno para ser unido con soldadura, por lo que debe unirse por medio del remachado.

Este material produce muebles pesados y sólidos, de gran calidad estética y larga duración. Su costo puede llegar a ser relativamente elevado, debido al trabajo artesanal que suele que estos muebles implican al fabricarlos.

4.1.2. VENTAJAS OFRECIDAS RESPECTO A PRODUCTOS SIMILARES

La principal ventaja que tienen estos muebles es la mano de obra que representa la producción de nuestro país, la imaginación y los grandes detalles que hacen a estos muebles se caractericen por ser únicos, sin cuya intervención no podría realizarse la actividad manufacturera que los artesanos ecuatorianos dan al momento de realizar o acabar un mueble, es por esto que las artesanías ecuatorianas en el ámbito extranjero son muy cotizadas y estos muebles son catalogados como artesanías ya que los detalles de estos muebles son realizados a mano y mediante un proceso muy cuidadoso.

Los muebles artesanales tienen un estilo distinto son duraderos, tienen un sentido encantador y son cómodos, tienen elementos decorativos que los hacen únicos en este estilo.

4.1.3. PROCESO DE PRODUCCION

4.1.3.1. Diseño de muebles de hierro forjado:

El hierro forjado admite la fabricación de muebles en diversos estilos, desde los más clásicos hasta la estética más novedosa, empleando técnicas ancestrales, como la fragua y el yunque; o utilizando las más modernas técnicas para trabajar con el hierro.

Para realizar la fabricación de estos muebles, se aplica calor intenso en la fragua y se moldean empleando el yunque y el martillo básicamente, ayudándose con porras, planas, tajaderas, degüellos y otras herramientas tradicionales. Las piezas se van uniendo empleando remaches.

La cerrajería es la principal aplicación de este material, e incorpora maquinaria para la producción de objetos nuevos en estilos actuales.

Pero para la fabricación o restauración de piezas tradicionales, es necesario volver a las técnicas ancestrales.

La elaboración de los muebles de madera es más sencilla, se siguen varios pasos, una vez comprada la madera la misma es cortada, ajustada, biselada, y lijada para su protección se la laca.

4.1.3.2. Materiales para la producción de hierro y madera forjados:

Para poder realizar un estudio de de producción de muebles rústicos de hierro y madera es importante realizar un análisis de los materiales que se van a utilizar y que son parte fundamental en su fabricación.

La madera es parte fundamental de estos muebles y hay que saber que en el mercado existen grandes variedades de madera en el mundo de la decoración.

El tipo de madera frondosa es de las que más empleadas en la fabricación de muebles, las utilizadas son el haya, fresno, nogal, olmo, cerezo o encina, pero el roble es una de las que más emplea de este grupo.

En nuestro país la madera tropical es una de las más exóticas y tenemos fácil acceso a ella ya que está solo se da en algunos países de América, África y Asia. Cada vez están más de moda ya que esta madera nos ofrece colores nuevos y ambientes exóticos para la decoración del hogar.

El sector maderero es actualmente uno de los sectores productivos con mayor potencial de desarrollo y crecimiento económico del Ecuador.

La industria maderera ecuatoriana es reconocida en el mercado mundial por ofertar productos con valor agregado y calidad como es el caso de los tableros, aglomerados y de fibras.

El hierro forjado también es un material fundamental en estos muebles, es un elemento metálico, magnético, es duro, maleable; y una ventaja adicional es que es maleable también con otros metales. Este material se lo consigue a partir del mineral hierro, lo cual es calentado a altas temperaturas en una forja y golpeado para eliminar impurezas y escorias en el mineral.

Este tipo de muebles vienen con varios accesorios o complementos como pueden ser los cojines, almohadones, telas, o incluso detalles grabados en el hierro y en la madera.

En ambos tipos de muebles ya sean muebles de madera o de hierro la pintura es un elemento necesario y esta puede variar según las exigencias y preferencias de los clientes.

Para protección de los muebles estos necesitan diferentes tipos de lacados de acuerdo al material del que son hechos.

4.1.4. PROVEEDORES

El proveedor es un taller que se encuentra ubicado en Cumbayá de nombre Cerrajería Tecnimetales y Maderas, este taller es quien nos provee de los muebles rústicos de hierro y madera forjados.

Tecnimetales y maderas es un productor de muebles de hierro y madera forjados desde el año 2000, cuenta con una experiencia de 10 años aproximadamente.

Desde sus inicios se han comprometido con ofrecer a sus clientes diseños exclusivos con altos estándares de calidad, precios accesibles en este mercado, cuidando cada detalle al momento de la producción de muebles.

La producción ha crecido constantemente, según los requerimientos de sus clientes, hoy en día tiene más de 150 tipos de muebles como salas, comedores, dormitorios y accesorios, la variedad de los modelos depende en muchos casos de las exigencias de los clientes, en varias ocasiones el cliente acude al taller con modelos y diseños que ellos desean exclusivamente.

El taller posee maquinaria con una buena tecnología lo que les permite satisfacer la demanda de sus clientes, dando en su mayoría los acabados a mano siendo uno de los principales atractivos. Tienen capacidad para producir aproximadamente 200 muebles de hierro, y 150 muebles de madera; pero

tienen la capacidad de complacer la demanda de sus clientes en caso de que está exceda según el presupuesto.

4.1.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS

La industria de los muebles es de una gama bastante amplia, se pueden escoger según los gustos y las necesidades de los clientes y de cómo se quiere decorar una casa, una oficina, un jardín, etc.

Los muebles tradicionales tienen una apariencia hogareña. Esto favorece el equilibrio y la simetría con las líneas rectas, los detalles curvos y los muebles y accesorios vendidos por pares. Las telas pueden venir en tonos de valores intermedios sólidos o florales de colores vistosos, que no son ni brillantes, ni demasiado texturados. Los muebles tapizados se ven poco exigentes y tranquilos con bordes suaves, lisos.

Los muebles casuales son para un modo de vida más relajado, hogareño, cálido, descansado y tentador, los muebles casuales encajan en tu cuenta. Los muebles casuales suaves y cómodos tapizados son por lo general de gran tamaño, ultra rellenos y con fundas removibles. Las piezas en gran escala y fornidas de madera, a menudo son hechas con maderas más blandas que el pino. Al estilo ocasional favorece el dril, colores neutros como el canela, gris, beige o grisáceo; y más oscuros, tonos tierra como el óxido, oliva, vino y azul marino.

Los muebles asiáticos se están volviendo populares. Desde mesas de centro hasta armarios de bambú. Las apariencias de los muebles son tan diferentes como las culturas que ellos representan.

Los muebles japoneses son sólidos y funcionales hechos de olmo sólido, maderas de bosques tienen una ornamentación mínima y un diseño asimétrico.

Los muebles coreanos tienen dimensiones llenas de gracia basadas en una caja simple. Ofrecen piezas tan decorativas como minimalistas hechas de maderas sólidas y duraderas, los muebles coreanos a menudo usan simbolismos con figuras como tortugas y mariposas.

Los muebles chinos grandes y pesados generalmente tienen herrajes mínimos y se destacan por capas de laca, pintura a mano y talladura exacta.

4.1.6. COSTOS Y PRECIOS

El negocio es ser intermediario entre el cliente y el productor de muebles, los proveedores no otorgan un precio especial por ser mayoristas.

Al precio que el proveedor da se le incrementa un 40%, que da un precio aproximado al que el taller vende sus muebles y está en el precio promedio de los muebles del mercado y de esta forma obtener el precio de venta y la ganancia respectiva, se pueden otorgar descuentos si el caso lo amerita.

Los gastos únicamente corresponden a llamadas telefónicas para captar clientes, y folletos para indicar los muebles a los clientes, dependiendo de la cantidad de la compra se tiene un servicio de transporte que el cual cobra \$15 por cada entrega, debido a que el servicio es con entrega a domicilio, no se cuenta con sueldos porque la ganancia es neta como intermediarios y no se requiere de personal para la venta.

Para obtener contactos con el exterior es necesario tomar en cuenta gastos para las ferias internacionales de los muebles, y los gastos del transporte para promocionar los muebles en el extranjero.

El crecimiento de exportaciones de este es del 16% dentro del periodo 2002-2008, por lo que lo factible debe ser el mismo crecimiento del negocio.

Los pagos con el proveedor son de contado cuando los montos son mayores a los 2000 dólares estadounidenses nos otorgan un crédito de hasta 30 días.

Las compras también se realizan a través de tarjeta de crédito, directamente con el proveedor.

A continuación en el cuadro No. 1.1. Y el cuadro No.1.2. Se detalla una referencia de los precios en que se adquiere y al precio que se vende.

Los precios pueden variar según gustos, exigencias, dimensiones y otros materiales solicitados por el cliente.

Cuadro No.1.1.: Costos de Producción.

MUEBLES EN HIERRO

Descripción del mueble	Contenido	Costo Unitario	Costo Total
Juego de sala	1 sillón de 2 puestos	203	665
	2 sillones individuales	210	
	1 mesa de centro con vidrio en el centro	126	
	2 mesas esquineras	126	
Juego de comedor	1 mesa de vidrio	227,5	455
	5 sillas	227,5	

MUEBLES DE MADERA

Descripción del mueble	Contenido	Costo Unitario	Costo Total
Juego de dormitorio	1 cama de dos plazas	210	630
	2 veladores	210	
	1 peinadora con espejo	210	
Baúl	varios modelos	34,3	34,3

Fuente: Proformas Cerrajería Tecnimetal y Madera

Elaboración: La Autora

Cuadro No. 1.2.: Precios de Venta en Ecuador

**MUEBLES EN
HIERRO**

Descripción del mueble	Contenido	Precio Unitario	Precio Total
Juego de sala	1 sillón de 2 puestos	284,2	931
	2 sillones individuales	294	
	1 mesa de centro con vidrio en el centro	176,4	
	2 mesas esquineras	176,4	
Juego de comedor	1 mesa de vidrio	318,5	637
	5 sillas	318,5	

**MUEBLES DE
MADERA**

Descripción del mueble	Contenido	Precio Unitario	Precio Total
Juego de dormitorio	1 cama de dos plazas	294	882
	2 veladores	294	
	1 peinadora con espejo	294	
Baúl	varios modelos	48,02	48,02

Fuente: Proformas Cerrajería Tecnimetal y Madera

Elaboración: La Autora

4.2. CAPITULO II: ANALISIS DE LA INDUSTRIA

4.2.1. EVOLUCION RECIENTE, PROBLEMAS, PERSPECTIVAS

4.2.1.1. Situación Actual del Mercado Interno

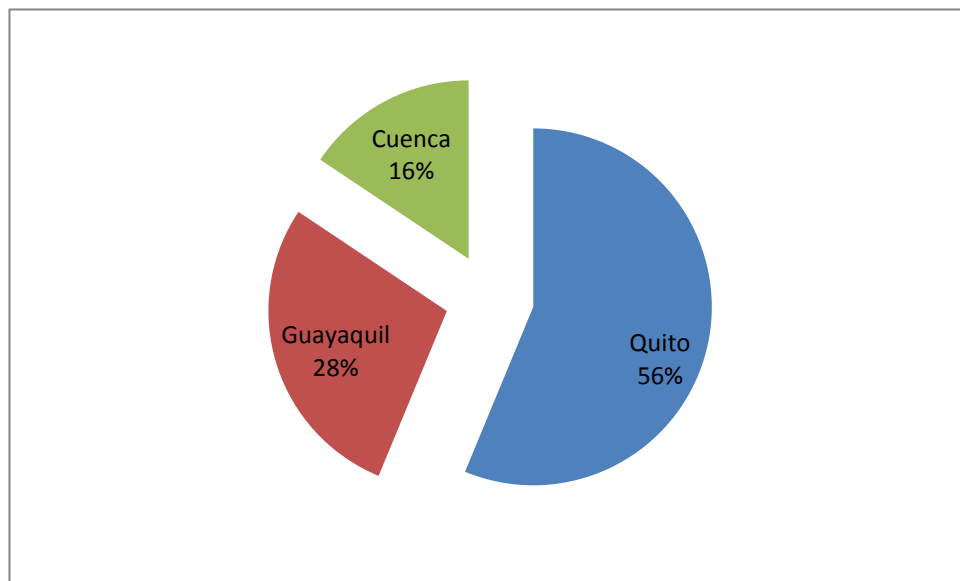
El mercado de muebles en el Ecuador ha evolucionado con el tiempo, en actualidad el país es reconocido tanto a nivel nacional como a nivel internacional por la excelente calidad de la madera y de sus manufacturas y semi-facturas que se distribuyen para el mercado interno y externo.

En el año 2007 el sector de muebles representó el 1.3% del PIB nacional, dicho porcentaje ha permanecido de esta manera durante los últimos 4 años, es decir que la industria se ha mantenido estable y no ha tenido un crecimiento en un porcentaje importante.

Esto se debe a que la demanda nacional de esta industria se mantiene estable, sin embargo existen factores que la afectan directamente; los muebles son bienes suntuarios y estos no son una necesidad primordial, seguido que las importaciones de muebles en el Ecuador han tenido un gran crecimiento en los últimos años.

Según los datos de la Superintendencia de Compañías hasta el año 2006 se registraron 3501 empresas manufactureras de muebles dentro del territorio nacional, a esto podemos los artesanos fabricantes de muebles que no se encuentran registrados ante la Superintendencia de Compañías; las ciudades con mayor cantidad de empresas que producen muebles son las grandes ciudades como, Guayaquil, Quito y Cuenca.

Gráfico 2.1.: Distribución de empresas de muebles en las principales ciudades del Ecuador



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: La Autora

El gráfico 2.1. indica que un mayor número de empresas fabricantes de muebles se encuentra en la ciudad de Quito, obviamente en esta ciudad existe una mayor competencia y concentración a nivel nacional, seguido por la ciudad de Guayaquil y Cuenca.

4.2.1.1.2. Pequeñas y Grandes empresa Mobiliarias en el Mercado.

Anteriormente ya se mencionó que en el Ecuador se encuentran registradas aproximadamente 3500 empresas que elaboran muebles, y representan la principal competencia para los muebles rústicos de hierro y madera, sin embargo existe una cantidad no establecida de pequeñas mueblerías artesanales en el país, las cuales también compiten en el mercado interno.

El sector maderero genera un total de trescientos mil empleos en todo el país y cada empleo genera cuatro empleos indirectos más.

4.2.1.2. Situación actual de las exportaciones Ecuatorianas:

El Ecuador exporta más de US\$ 14 mil millones de dólares anuales, de los cuales alrededor del 50% corresponden a petróleo y el 50% restante a exportaciones tradicionales y no tradicionales⁵

En el Ecuador los principales productos de exportación no petrolera son: Banano, Camarón, Pesca - atún, Flores – rosas con una cifra de \$14.259.974 al año. Los productos de valor agregado de Madera y Muebles, Vehículos y Metalmecánica, Cacao, Café, Frutas y Vegetales Procesados y Frescos al año 2008 exportaron un valor de \$4.152.420.⁶

El Ecuador exporta a más de 150 países, siendo los principales destinos de sus exportaciones: Estados Unidos; Perú; Colombia, Chile, Venezuela, Panamá, Italia, y Rusia, entre otros.⁷

El Ecuador cuenta con una gran variedad de materiales propios, como es el caso de cerámicas, fibras naturales, shigra, totora, entre otras. Así mismo cuenta con una tradición artesanal milenaria que conjugada con la experiencia y la capacidad industrial ha logrado crear una serie de objetos utilitarios y decorativos.

El Cuadro No. 2.3. Indica el incremento de las exportaciones ecuatorianas del periodo del 2004 al 2008 el mismo que ha tenido un crecimiento del 25% de este periodo, las cuales se dividen en tres subsectores, donde se destaca principalmente los productos industrializados, este sector también ha tenido un incremento durante el mismo periodo, pero dando énfasis a todo lo que respecta a la manufactura del metal y de la madera. Año tras año está industria tiene un crecimiento del 26% debido a que en el año 2006 el mismo tuvo un incremento del 69% y lastimosamente en el 2007 tuvo solo un incremento del

⁵ Banco Central del Ecuador, 2009

⁶ Banco Central del Ecuador, 2009

⁷ Corpei Ecuador, 2008

6%, la ventaja es que en el 2008% las exportaciones para este sector aumentaron un 40% en el periodo mencionado.⁸

⁸ Corpei Ecuador, 2009

Cuadro No. 2.3.: Principales Exportaciones por Producto

EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL					
Miles de dólares FOB					
Productos / Años	2004	2005	2006	2007	2008
TOTAL GENERAL	7.752.891	10.100.031	12.728.243	14.321.315	18.510.599
1. PRODUCTOS PRIMARIOS	6.022.500	7.850.013	9.826.215	10.634.117	14.259.974
2. PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS	1.723.091	2.231.642	2.855.119	3.579.638	4.152.420
A. QUIMICOS Y FARMACEUTICOS	1.723.091	2.231.642	2.855.119	3.579.638	4.152.420
B. ALIMENTICIOS	771.267	949.403	1.099.881	1.373.039	1.648.449
C. OTRAS MERCANCIAS	863.107	1.204.640	1.626.157	2.090.754	2.388.810
Alimentos para animales	3.073	4.198	6.245	6.852	15.979
Leña y carbón vegetal	0	0	0	216	76
Maderas terciados y prensadas	36.753	44.376	47.602	56.165	50.842
Artículos de madera y corcho	5.122	5.662	6.886	9.760	14.153
Derivados de petróleo	335.484	473.010	610.500	900.210	1.104.515
Manufacturas de metales	208.957	351.671	592.720	686.410	728.869
Vehículos y sus partes	78.962	168.511	343.288	382.795	407.732
Máquina ind. y sus partes	24.675	35.493	39.897	64.514	83.735
Otras manufacturas de metales	105.320	147.667	209.535	239.101	237.403
Aparatos eléctricos	9.096	36.333	55.791	55.692	44.843
Artículos electrodomésticos	826	232	285	4.270	11.520
Sombreros de paja toquilla y mocora	4.585	4.173	4.861	4.637	4.832
Artículos de cestería	46	96	80	100	36
Manufacturas de papel y cartón	31.119	39.334	39.283	46.299	46.963
Artículos de fibras textiles	78.175	75.757	73.593	83.702	128.950
Prendas de vestir	28.234	27.760	22.207	30.796	26.652
Otras manufacturas de fibras textiles	49.941	47.997	51.385	52.906	102.298
Manufacturas de cuero y plástico	83.906	98.647	116.352	154.308	154.829
Artesanía diversa	302	187	315	255	264
Otros	65.662	70.964	71.642	81.877	82.138

Fuente: Banco Central Del Ecuador - Boletín Anuario No. 31 periodo 2009

Elaboración: La Autora

4.2.1.3. Mercado Internacional para muebles

El mercado internacional de muebles y accesorios se ha vuelto tan competitivo que pequeños productores de países como el Ecuador tienen dificultades al enfrentar a otros actores del mismo sector.

Para diseñar algunos buscan inspiración en tendencias internacionales y orientan sus productos a diseños ya existentes en el mercado, desafortunadamente esto lleva a que el comprador tenga varias opciones de compra y cada vez con un precio menor, debilitando así a los productores de pequeñas economías emergentes los cuales luchan contra los grandes competidores del sudeste asiático.

4.2.1.4. Situación actual de las exportaciones de muebles

Actualmente el sector mueblista ha tenido un crecimiento del 16% desde el año 2002, en los últimos años abriendo nuevos mercados en Medio Oriente, Nueva Zelanda y Europa principalmente.

Este nuevo argumento posiciona a la industria del mueble de madera dentro del contexto mundial como un sector con amplia experiencia para atender mercados ya existentes o nuevos mercados con diferentes demandas de productos. Al momento este sector exporta en 2,2% del total de exportaciones no petroleras del Ecuador teniendo un potencial de crecimiento enorme de aproximadamente un 16% de incremento desde el periodo 2002 a 2008.⁹

4.2.1.5. Exportaciones Totales del sector de muebles

Las exportaciones totales del sector de muebles se evaluaron 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 decrecimientos

⁹ Corpei Ecuador, 2009; pp: 4.

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%).¹⁰

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.¹¹

En el cuadro No. 2.4. Se observan las exportaciones del sector de muebles desde el año 2003 hasta el 2008.

Cuadro No. 2.4.: Exportaciones del sector de Muebles

ECUADOR		
EXPORTACION DEL SECTOR DE MUEBLES EN EL ECUADOR		
PERIODO	VALOR FOB MILES USD	TONELADAS
2003	3,274	691
2004	3,246	726
2005	3,166	647
2006	4,475	849
2007	6,242	1,106
2008	5,296	1,090

Fuente: BCE / SIM

Elaboración: CORPEI - CICO

4.2.1.6. Pronósticos para el mercado mundial del mueble en el próximo quinquenio

El mercado global de muebles generó 237.2 mil millones en el 2006 y representó una tasa de crecimiento del 3.1% para el periodo 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

¹⁰ Corpei Ecuador, 2009

¹¹ Corpei Ecuador, 2008

mantenga en el periodo 2006 – 2011, es importante el crecimiento de esta industria debido a que la misma da plazas de trabajo, incrementa la producción para los países productores, y da fuentes de ingreso a naciones.

Oportunidades comerciales para muebles en la Unión Europea:

En la actualidad Europa es el principal importador a nivel mundial en lo que respecta a muebles, en los últimos años la preferencia de consumidores europeos por maderas más exóticas, sólidas, de colores y materiales similares al roble, cerezo y maderas que presentan tonos más oscuros, han abierto un mercado de oportunidad para países mega-diversos como el Ecuador, en donde la presencia de una gran riqueza forestal abre las puertas a la incursión en mercado de gran exigencia en cuanto a calidad de materiales con sus diferentes texturas.

4.2.1.7. Productos exportados por el Ecuador en el sector de muebles

El cuadro No. 2.5. Indica el progreso de la exportación de muebles durante el periodo 2006 – 2008.

Cuadro No. 2.5.: Principales Productos Exportados por el Ecuador en el sector de muebles

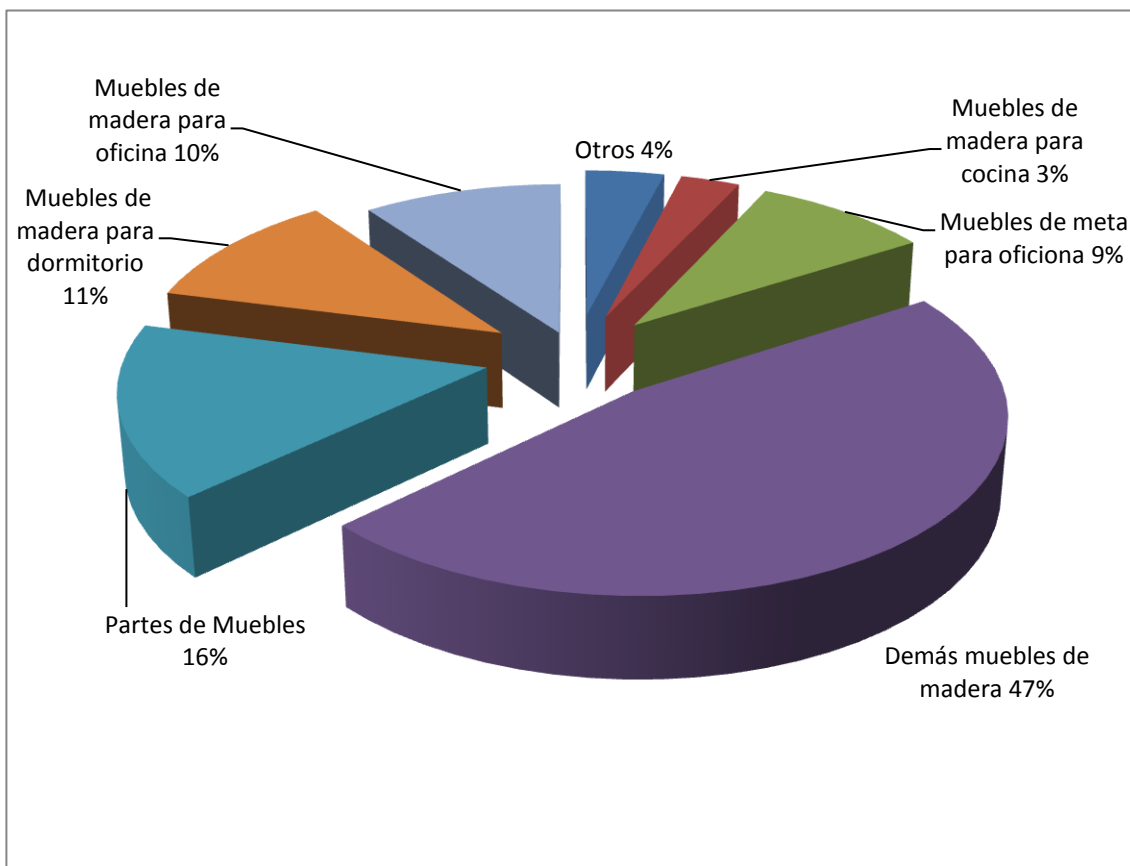
PRODUCTOS EXPORTADOS POR EL ECUADOR				
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2006	2007	2008
		VALOR FOB	VALOR FOB	VALOR FOB
		MILES USD	MILES USD	MILES USD
94036000	Demás muebles de madera	2,062.05	2,745.45	2,133
94035000	Muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios	347.98	1,162.06	748
94039000	Partes de muebles	670.85	665.96	567
94033000	Muebles de madera del tipo de los utilizados en las oficinas	475.21	537.60	545
94031000	Muebles de metal del tipo de los utilizados en las oficinas	394.75	467.92	444
94034000	Muebles de madera del tipo de los utilizados en las cocinas	236.89	349.07	386
94032000	Demás muebles de metal	164.31	230.14	379
94037000	Muebles de plástico	116.80	76.35	240
94038000	Muebles de otras materias, incluido el roten, mimbre, bambú o materias similares	5.83	8.69	12
	TOTAL GENERAL	4,474.67	6,242.24	5,455

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: CICO - CORPEI

El 47% del sector de muebles del Ecuador corresponde a los demás muebles de madera, cuyo crecimiento promedio anual FOB en los últimos cinco años ha sido del 14%. Los muebles de madera para dormitorio tuvieron un incremento promedio anual del 66%. Las partes de muebles registraron el más bajo crecimiento de los productos de este sector (12%).

Gráfico No. 2.2.: Principales Subproductos del sector de muebles promedio 2002 – 2006



Fuente: BCE / SIM / CORPEI

Elaboración: La Autora

4.2.1.8. Destino de las exportaciones ecuatorianas:

El Ecuador exporta anualmente muebles a más de 30 diferentes mercados; de los cuales Estados Unidos es el principal, con una participación del 29% de las exportaciones ecuatorianas entre los años 2004-2008 y más de USD 1.3 millones en el 2008.

Son también considerables las exportaciones a Venezuela, que representan un 16% del total de las exportaciones de muebles en el periodo 2004-2008. A este

mercado se exportaron más de USD 502 mil en 2008. Cifra incluso superior se exporto a Colombia (USD 664 mil) país que participa del 6% de las exportaciones totales de Ecuador en este sector.

En el periodo 2004-2008, tanto Panamá como México tienen una participación mayor a la de Colombia, (7% cada uno) aunque, para el año 2008, se exportaron USD 421 mil, mientras que a México se exporto USD 104 mil.

En el cuadro No. 2.6. Detalla los principales mercados de exportación de muebles en valor FOB y en toneladas; también el porcentaje de los tipos de muebles que se exportan.

Cuadro No. 2.6.: Principales Importadores de Muebles desde Ecuador

PRINCIPALES MERCADOS DE MUEBLES ECUATORIANOS			
PAIS	IMPORTACION DESDE ECUADOR		PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS DESDE ECUADOR
	Valor 2008	Ton. 2008	
ESTADOS UNIDOS	1,842	247	Los demás muebles de madera 82%, muebles de dormitorio (9%), muebles de oficina (5%)
VENEZUELA	941	196	Partes de muebles (36%), muebles de metal para oficinas (32%), muebles de madera para oficinas
COLOMBIA	249	62	Muebles de madera para oficina (50%), partes de muebles (24%), demás muebles de madera para dormitorios (6%)
PANAMA	197	31	Demás muebles de madera (56%), muebles de madera para oficinas (8%), muebles de madera para cocina (3%)
CHILE	179	41	Demás muebles de madera (40%), partes de muebles (18%), muebles de madera para oficinas (15%), muebles de metal para oficinas (14%), demás muebles de metal (11%)
COSTA RICA	177	42	Partes de muebles (89%), muebles de madera para oficinas (8%), muebles de metal para oficina (7%)
PERU	113	42	Muebles de plástico (54%), partes de muebles (20%), muebles de metal para oficinas (18%), muebles de madera para oficina (7%)

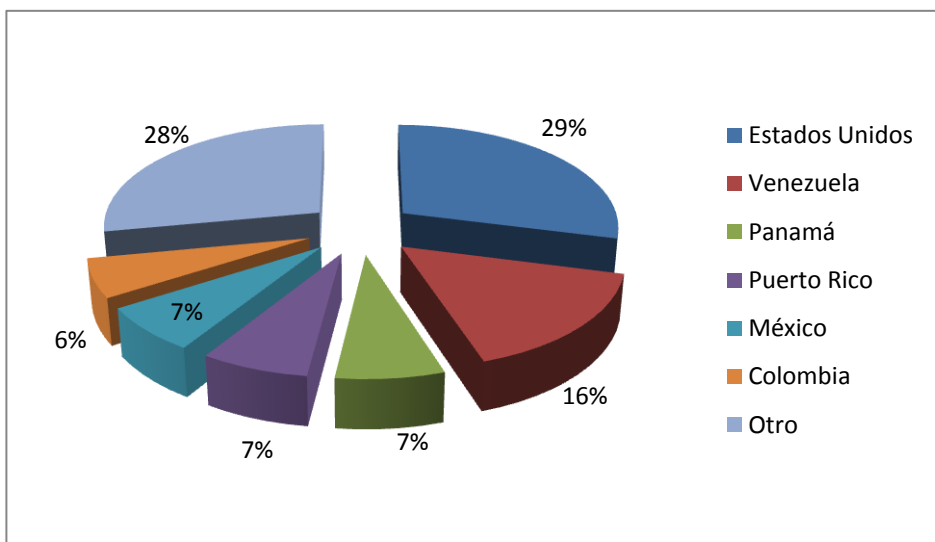
Fuente: TRADE MAP / BCE

Elaboración: CORPEI - CICO

En el gráfico No. 2.3. Se observa los países que más importan muebles desde el Ecuador, con el porcentaje de participación de estas exportaciones.

Gráfico No. 2.3.: Destino de las exportaciones de muebles.

Periodo 2004– 2008



Fuente: BCE / SIM / CORPEI – CICO

Elaboración: La Autora

4.2.2. FACTORES ECONOMICOS, TECNOLOGICOS, DEMOGRAFICOS Y AMBIENTALES QUE AFECTAN A LA INDUSTRIA.

4.2.2.1. Factor Económico:

Una de las ventajas que podemos apreciar es que para hacer negocios con el Ecuador es que la moneda oficial es el dólar norteamericano, que está vigente desde Enero de 2000.

Según el Boletín de Cuentas Nacionales Trimestrales No. 70 del Banco Central del Ecuador (BCE), el desempeño anual del 2009 de su economía fue positivo; muestra de ello es que el Producto Interno Bruto (PIB) alcanzó los US\$24,120 millones, en términos reales, que representa un crecimiento de 0.36%; esto, gracias a que el último trimestre del año, se evidenció una recuperación, por efecto de las políticas económicas internas implementadas y disminución de las consecuencias de la crisis financiera mundial. El VAB de la industria Manufacturera (excluye refinados de petróleo), siguió la

misma línea, ya que presentó un incremento de 0.65% en el cuarto trimestre del 2009, al igual que el de la Intermediación Financiera que creció en 0.29% en el cuarto trimestre del 2009; recuperación económica del sistema financiero ecuatoriano que en términos anuales fue positivo en 1.68%, incrementándose las Capacitaciones (Depósitos de Ahorro y a Plazo Fijo), así como las utilidades del Sector.¹²

Por otro la inflación hasta el mes de octubre de 2009 alcanzo un valor total de 3.50%, hasta el mes de octubre de 2009 los precios al productor mostraron una variación mensual del índice de precios al productor (IPP) de -4.80%, esto excluye al sector petrolero, según datos presentados por el INEC.

Una de las principales causas que influyen a que los ecuatorianos se privan de adquirir o remodelar sus muebles es debido a que la remuneración ecuatoriana está en \$240,00 un salario muy por debajo de la canasta familiar, la misma que alcanzo un precio de \$522.34 a octubre del año 2009.

El costo promedio de los muebles oscila desde los \$500,00 hasta los \$3000,00 precios que se ajustan a la capacidad de adquisición de los mismos, la adquisición de muebles o la renovación de los mismos no entran en las prioridades de la mayoría de los ecuatorianos.

4.2.3. Factor ambiental:

Factores como la ubicación geográfica del país, la presencia de la Cordillera de los Andes y la influencia de corrientes marinas determinan que el Ecuador disponga de gran variedad de climas y formaciones vegetales, situándose entre los 10 países de mayor biodiversidad del mundo. Parte de esta riqueza constituyen sus bosques, en los cuales crecen alrededor de 5000 especies de arbóreas. Se estima que el país tiene 14.4 millones de hectáreas de tierra con uso preferentemente forestal, es decir, más del 50% del territorio nacional.

¹² Banco Central del Ecuador, 2009

Estos factores han permitido establecer diversos cultivos forestales, además por su ubicación geográfica algunas zonas disponen de 12 horas de luz al día, durante todo el año, lo que incide en una mayor velocidad de crecimiento de especies forestales valiosas, tanto nativas como exóticas, que requiere el mercado nacional e internacional.

Cabe destacar el especial cuidado que observa el sector maderero para preservar los recursos naturales, por lo cual aplica un manejo sustentable de los bosques.

Por otro lado si nos concentramos en esta industria la principal preocupación es el consumo de materias primas, como es el consumo de madera, agua y otros materiales de origen primario, a pesar de que la madera es una materia prima que se puede renovar, se necesita de un tiempo bastante prolongado para que se pueda regenerar, por esta razón a principios del siglo XXI se empezaron a implementar sistemas de certificaciones forestales a nivel mundial que aseguran que los bosques de los que se ha extraído la madera la madero son gestionados de forma correcta, y por lo tanto, no pelagra su existencia.

Por otro lado el uso de sustancias catalogadas como peligrosas (barniz, tintes, cola y disolventes) hace que esta industria tenga impactos importantes en el medio ambiente. Entre otros, encontramos la emisión a la atmósfera de COV's (Compuestos Orgánicos Volátiles), los sobrantes de estas sustancias, y los residuos generados tras el contacto y transmisión de las propiedades contaminantes de estos productos. El uso tanto de los barnices como de tintes de base solvente se puede sustituir por la utilización de los mismos en base acuosa. Estas nuevas sustancias conllevan la no utilización de disolventes y, por tanto, la reducción de forma considerable, de los residuos peligrosos derivados de éstos y la reducción de emisiones de COV's.

En este sentido, un aspecto determinante en la reducción del impacto ambiental es el sistema de aplicación. La tasa de transferencia de barniz/tinte será mayor o menor en función de la tipología del sistema utilizado.

Otro de los problemas importantes es la contaminación transferido al agua utilizada en el proceso productivo. La industria del mueble no es una gran consumidora de dicho recurso; en cambio, el agua utilizada posee un alto

grado de contaminación, provocando en su mayoría por los disolventes utilizados.

Otro tipo de residuo peligroso es el lodo que se forma en la balsa de decantación de las cabinas húmedas de acabado. Éste es el resultado de la coagulación de las partículas de barniz al contacto con el agua que las retiene. La existencia de cabinas de acabado en seco captan el excedente de transferencia (*overspray*) por aspiración resulta una innovación muy apropiada para este territorio, ya que de esta forma el consumo de agua se va reduciendo de forma considerable.

Para conservación de igual forma de los bosques forestales se han desarrollado otros tipos de muebles, en este caso los muebles de hierro forjado, que son un sustituto bastante importante en la actualidad debido a la acogida que estos han empezado a tener.

4.2.3. Factor Tecnológico:

La falta de tecnología para la elaboración de los muebles de hierro y madera forjados en el Ecuador es una desventaja frente al mercado internacional, en nuestro país los productores de madera carecen de herramientas tecnológicas por lo que se ven obligados a la producción artesanal o muebles hechos a mano con la más baja tecnología, tal vez esto sea una desventaja por ser un país subdesarrollado, pero la mano de obra es un factor muy importante para nuestro medio y nos da una ventaja frente al mercado internacional, los muebles que en muchos casos son hechos a mano son cotizados con un precio mayor por el acabado y el detalle que los mismos tienen. Muchos países como los más industrializados hoy en día poseen tecnología de punta para la fabricación de muebles en mayores cantidades, y con esta tecnología optiman varios recursos como tiempo, costos, y mano de obra, entre otros. En nuestra industria a pesar de no contar con tecnología los muebles se venden con buenos precios por los costos reducidos aplicando los detalles utilizados por la mano de obra.

4.2.4. Factor Demográfico:

La población estimada que el Ecuador tiene supera los 13 millones de millones de habitantes; aproximadamente más de 6.870.000 son mujeres y 6.830.000 son hombres.

Las personas que compran muebles en el Ecuador son mayores de 18 años y que se encuentren en actividad económica, siendo las personas entre los 30 y 45 años los posibles mayores compradores debido a que sus ingresos superan los \$400,00 mensuales, adicionalmente la compra también es bastante influenciada bastante por el sexo femenino, por esta razón la mayoría los planes de marketing deben ser enfocadas a ellas. Aunque la última afirmación es relevante para determinar los gustos y la decisión de compra por parte de un género.¹³

¹³ Intriago; Perez; Villao, 2009; pp 22,23.

4.3. CAPITULO III: ANÁLISIS Y REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

4.3.1. FACTORES GEOGRAFICOS, ECONOMICOS, DEMOGRÁFICOS, CONSUMISTAS, QUE DETERMINAN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

4.3.1.1. Factor geográfico:

Estados Unidos está localizado en Norteamérica y limita con Canadá, México y los océanos Atlántico y Pacífico.

El área de Estados Unidos es de 9,826,630 km². Es el tercer país más grande del mundo en tamaño después de Rusia y Canadá y en población después de China e India; El monte McKinley es el punto más alto en Norteamérica y el Valle de la Muerte el punto más bajo en el continente¹⁴

4.3.1.2. Factor Económico:

Entre los años 2000 – 2006 la economía estadounidense registró un crecimiento del 2.6%, sin embargo actualmente se enfrenta a un decrecimiento con la proyección de que sea menor al 1% en el período 2008 – 2009.

La moneda que rige en Estados Unidos es el dólar, la cual ha sufrido una caída frente al euro.

Por otra parte la tasa media de inflación durante el período 2000-2006 fue de 2.76% y desde el 2007 se mantiene alrededor de 2.7%. Se espera que se incremente debido al aumento de los precios de la energía y de las materias primas.

Estados Unidos es la economía más grande del mundo, con un PIB de más de US\$11 trillones (nomenclatura estadounidense) y un PIB per cápita de US\$38,834. Después de haber alcanzado un crecimiento promedio del PIB de

¹⁴ Corpei Ecuador , 2009; pp: 3.

2.6% durante el período 2000 – 2006, la economía ha estado cayendo desde el 2007, es así que registró un crecimiento del 2.2% en el año 2007 y se espera que disminuya hasta menos del 1% en el 2008.

En el 2007, el sector de servicios fue el que más contribuyó al PIB en la economía (77%), seguido por la industria (21.5%) y la agricultura (1.5%). Durante la mayor parte del siglo, Estados Unidos se ha mantenido como el mayor productor y proveedor de servicios del mundo.¹⁵

4.3.1.3. Factor Político:

Estados Unidos continúa teniendo una gran influencia en las esferas económica, política y militar a nivel mundial.

La constitución de los Estados Unidos estableció una República Federal e históricamente el país ha tenido una tradición democrática muy fortalecida.

Existe el Gobierno Federal y los Gobiernos Estatales, cada uno con sus funciones claramente establecidas y con el presidente al frente de la función ejecutiva.

La rama legislativa está compuesta por un parlamento bicameral conocido como el Congreso, el cual está conformado de la Cámara de los Representantes (la cámara inferior) y el Senado (la cámara superior).¹⁶

4.3.1.4. Factor demográfico:

Estados Unidos tiene una población de 303.824.646 habitantes (estimado a julio del año 2008) con una tasa de crecimiento de 0.883%.

¹⁵ Corpei Ecuador, 2009; pp: 5, 6.

¹⁶ Corpei Ecuador, 2009, pp: 4, 5.

En el Índice de Desarrollo Humano de Naciones Unidas, Estados Unidos está en el puesto 12, por debajo de otras naciones como Noruego, Islandia, Canadá y Japón.

Cerca del 67% de la población de los Estados Unidos está en el grupo comprendido entre los 15 y 64 años (hombres 101,825,901/mujeres 102,161,823); la población de más de 65 años es el 12.6% (hombres 16,263,255/mujeres 22,426,914) y el restante 20.4% pertenece al grupo que se encuentra entre los 0 y los 14 años (hombres 31,257, 108/mujeres 29,889,645).

La proporción de género ahora se encuentra en 1.05 hombre/mujer.

La composición urbano/rural y migración en Estados Unidos comprende de la siguiente forma:

La parte suburbana de las áreas metropolitanas registraron el mayor crecimiento.

La población del oeste creció más rápido, aunque la densidad poblacional del noreste superó las densidades de todas las otras regiones en la nación.

El porcentaje de habitantes en áreas metropolitanas varía entre el 74% en el medio oeste y el 90% en el noreste. Como referencia, en los estados de California, Conneticut, Florida, Massachussets, Nueva Jersey, Nueva York y Rhode Island el 90% de su población vivía en áreas metropolitanas según datos del censo del año 2000.

En lo relacionado con la migración y de acuerdo al censo del 2000, el porcentaje de inmigrantes había crecido en un 57% durante el siglo. Este grupo representó el 11% de la población y contribuyó con el incremento en la proporción de la población masculina sobre la femenina. También hubo una migración interna al este y sur, casi dos tercios de los inmigrantes se han asentado en los estados de California, Nueva York, Texas, Florida, Illinois y Nueva Jersey.

Para el año 2007, se estima que cerca de 15.1% del total de la población de los Estados es hispana.

Hasta julio 2007 se estima que los grupos étnicos existentes en Estados Unidos son:

Blancos: 79.96%, negros: 12.85%, asiáticos: 4.43%, indígenas nativos norteamericanos y nativos de Alaska: 0.97%, nativos hawaianos y otros habitantes de las islas del Pacífico: 0.18%, dos o más razas: 1.61%.

Estándar de vida

El ingreso medio de los hogares creció en el año 2006, por segundo año consecutivo, en 0.7% pasando de US\$47845 a US\$48201. Por otro lado de acuerdo a estimaciones de la Organización para Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) indican que el 13% de la población en Estados Unidos estaba bajo el umbral de pobreza en el año 2005. En el reporte del año 2006 del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo se ubica a Estados Unidos como el país número 73 entre 126 países en términos de equidad, de acuerdo a la distribución del ingreso, según las mediciones realizadas con el coeficiente de Gini.¹⁷

4.3.1.5. Factor de Consumo

Al crear un distintivo bien reconocido y la asociación de la imagen con calidad, el consumidor estadounidense se mostrará más predispuesto a la adquisición del producto.

Dentro de la distribución del gasto estadounidense en mobiliario, tenemos que los principales productos que se adquieren son los siguientes: sofás (21%), camas (14%), comedores (12%), dormitorios (11%) y finalmente sillas (7%).¹⁸

¹⁷ Corpei Ecuador, 2009; pp: 3,4.

¹⁸ Corpei Ecuador, 2009; pp: 17.

4.3.1.5.1. Regiones de mayor consumo de muebles en los Estados Unidos.

Estados Unidos es un país que se divide en 4 grandes regiones, las cuales son: Zona del Noreste, Zona del Medio Oeste, Zona del Sur, Zona del Oeste.

La región que con mayores ventas en el 2006 fue la zona del sur con \$23,100 millones de dólares

La siguiente región en importancia de ventas es la zona del Oeste con \$18,000 millones de dólares en el 2006.

La zona del Noreste es la tercera zona con más ventas que en el 2006 tuvo \$16,400 millones de dólares en ventas.

Finalmente, se encuentra la zona de Medio Oeste con un total de ventas de \$15,288 millones de dólares en el 2006.

Cuadro No. 3.7.: Ciudades estadounidenses de mayor importancia en ventas de muebles.

CIUDAD	MILLONES DE DÓLARES
New York	2,910
Chicago	2,820
Los Angeles	2,346
Area metropolitana Washington D.C	1,985
Zona metropolitana de Filadelfia	1,522
Atlanta	1,407
Boston	1,341
Houston	1,341
Detroit	1,293
Dallas	1,201

Fuente: American Furniture Manufacturers Association

Elaboración: La Autora

4.3.1.5.2. Tendencia del sector.

En Estados Unidos las generaciones vienen influyendo de manera importante en esta industria de muebles, como son las denominadas Baby boomers, generación X y Generación Y. Estas tres generaciones representan más del 60% del total de las familias en los Estados Unidos, siendo la de los baby boomers la de mayor participación.

Una de las tendencias más importante y empleadas por los diseñadores hoy en día es mezclar lo moderno con lo tradicional, en donde muebles contemporáneos vayan acompañados de tendencias de otros estilos.

Un factor importante a considerar, que la tendencia americana hoy en día es permanecer en casa, la cual tomo una mayor fuerza con los sucesos del 11 de septiembre y la misma da como resultado que la población requiera de comodidad y espacio en su hogar, con esto podemos mencionar que en los hogares americanos se pueda ver un sofá en el comedor o ver algo de entretenimiento en la sala.

4.3.2. CANALES DE PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

4.3.2.1. Canal de promoción y distribución en Estados Unidos

El sistema estadounidense de distribución es muy similar al de la Unión Europea.

Antes de llegar al consumidor final, el producto tiene que atravesar varias etapas para lograr posicionarse correctamente en el mercado norteamericano. De acuerdo con el ICEX, los procesos que debería atravesar un producto la mayor parte del tiempo antes de terminar finalmente en las manos del consumidor son los siguientes:

El primer paso en la lista es el fabricante: El se encargará de la elaboración del producto, de realizar el contacto con el agente y del despacho del producto elaborado hasta un punto acordado con el comprador.

Bajo solicitud del fabricante, el agente se encarga de realizar los contactos requeridos, en el mercado de destino para la distribución del producto o de proveer a su cliente de alternativas para la difusión de su producto. El agente, generalmente, contactaría a una empresa mayorista, a una empresa importadora o proveería al fabricante de la información requerida para garantizar su participación en una feria local.

De escoger promocionar el producto a través de un evento o de una feria, el fabricante debería ponerse en contacto con los especialistas en el área dentro de los cuales tenemos a los arquitectos y diseñadores de interiores; para firmar

de esta manera contratos de provisión a corto mediano o largo plazo. Los especialistas por su parte se encargarían de llevar al público los productos provistos por esta empresa.

Si el fabricante, con la ayuda de un agente, logra ponerse en contacto con un importador, éste se encargará de proveer al público directamente de su producto.

Finalmente, si el contacto que logró establecer el fabricante en el mercado de destino es una empresa mayorista, el producto tendrá que atravesar por una empresa minorista para llegar al consumidor final.

4.3.2.2. Canal de ventas en Estados Unidos

En Estados Unidos el canal que más se utiliza al momento de hacer una exposición de muebles para la adquisición de muebles es a través de las tiendas minoristas. Según datos del ICEX el 51% de las transacciones comerciales se realizan en almacenes que distribuyen la producción al detalle. Otra alternativa para la adquisición de muebles es la distribución en almacenes mayoristas quienes tienen el 7% del mercado local y también con las tiendas especializadas quienes tienen el 5% de la distribución.

4.3.2.3. Socio Comercial en el país destino

El socio comercial en Estados Unidos es Ashley Furniture Industries, su matriz está ubicada en la ciudad de Arcadia – Wisconsin, esta empresa se dedica a la fabricación e importación de muebles para su distribución dentro de todo el país, siendo la empresa líder en este sector.

Esta empresa cuenta con la más grande distribución de todo tipo de líneas como camas, dormitorios con demás accesorios, todo el equipamiento para una sala, comedor, y decoración para oficinas, siendo la empresa en Estados Unidos con mayor producción y mayores importaciones de muebles, importa desde todas las partes del mundo para tener una mayor variedad al ofrecer sus muebles.

Cuenta con una sucursal en la ciudad de Miami – Florida, tiene uno de los más grandes almacenes de Miami, donde se encuentran en exhibición los mejores y más lindos muebles, que son en su mayoría. Y es en uno de sus puertos donde llegan sus importaciones.

Esta empresa comenzó en el año 1945, y empezó con sus sucursales en el año 1970, empezando en la ciudad de Chicago y de esta forma extendiéndose por los estados más grandes de este país, son especialistas en cubrir las demandas y exigencias de sus más apreciados clientes.

4.3.3. COMPETENCIA

4.3.3.1. Principales socios comerciales de Estados Unidos

Dentro de los principales socios comerciales de los Estados Unidos en el sector mobiliario tenemos como principal representante a China quien abarca la mitad del mercado estadounidense, seguido por Canadá con el 16%, Viet Nam con el 6,5% de participación y finalmente Malasia con el 4%.

El Ecuador se encuentra en el puesto número 63 de los principales proveedores de muebles de Estados Unidos.¹⁹

4.3.3.2. Exportaciones Mundiales

Las exportaciones mundiales del sector mobiliario pasaron de USD 46 billones en el 2004 a USD 72.9 billones en el 2008, con un crecimiento promedio anual del 10.5%.

Las exportaciones mundiales de este sector alcanzan los USD 308 billones en el periodo 2004-2008.

Fue particularmente importante el crecimiento del año 2007, con un 16.4% donde las exportaciones fueron USD 9.6 millones superiores al año 2006, con USD 69.8 millones.²⁰

¹⁹ Corpei Ecuador, 2009; pp: 18

4.3.3.3. Países Exportadores

China es el principal exportador a nivel mundial, con un total de USD 13.7 billones en el 2008, representando el 19.4% de las exportaciones mundiales. Cabe señalar que este país presenta un superávit comercial de USD 13.3 billones en este año.

Italia es el segundo exportador mundial con USD 9.1 billones en el 2008, seguido de Alemania con USD 7.7 billones. Estos países registraron una participación del 13% y 10.9% de las exportaciones mundiales en el 2008, respectivamente.

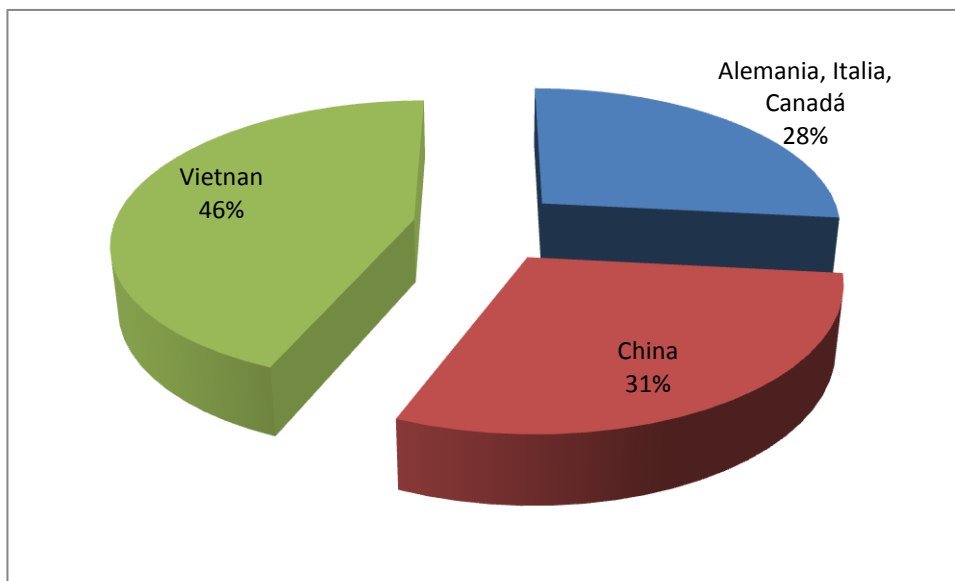
Polonia con USD 3.1 billones y Estados Unidos con 2.9 billones son el quinto y sexto exportadores en el año 2008, no obstante, Estados Unidos registra un déficit comercial de USD 14.9 billones,

Ecuador ocupó el puesto 88 entre los exportadores de muebles, con USD 5 millones exportados, representando el 0.01% de las exportaciones mundiales.

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.²¹

²⁰ Corpei Ecuador, 2009; pp: 12

²¹ Corpei Ecuador, 2009; pp: 12

Gráfico No. 3.4.: Nuevos grandes competidores

Fuente: CORPEI / TRADEMAP

Elaboración: La Autora

Las exportaciones de muebles tienen un alto dinamismo en el mercado mundial, en el período 2004 - 2008 sus tasas de crecimiento han variado entre 6% y 18%.

El principal exportador de muebles es la china, país que tiene un aumento del 23% únicamente durante el periodo 2004 – 2008 al igual que Vietnam.

Cuadro No. 3.8.: Países Exportadores de Muebles

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES				
Producto 9403: Muebles y sus partes				
Rank	Exportadores	Crecimiento anual en valor entre 2004 - 2008 %	Crecimiento anual en valor entre 2007 - 2008 %	Participación en las exportaciones mundiales, %
1	China	23	24	19
2	Italia	11	10	12,98
3	Alemania	18	16	10,87
4	Polonia	16	1	4,46
5	Estados Unidos	12	9	4,13
6	Canadá	-3	10	4,06
7	Vietnam	28	1	3,76
8	Francia	11	24	3,16
9	Dinamarca	0	11	2,78
10	Malasia	9	13	2,73
90	Ecuador	19	15	0,01

Fuente: TRADEMAP

Elaboración: CORPEI

El Ecuador en el periodo acumulado del 2004 – 2008 Ecuador se encuentra en el puesto No. 88 entre todos los exportadores mundiales teniendo un crecimiento de sus exportaciones del 13% durante este periodo.

El Ecuador tuvo un gran incremento en sus exportaciones en el periodo 2005 – 2006 a pesar de que en este periodo se ubico en el puesto No. 90 y tuvo un crecimiento del 43% durante este periodo, esto significa que el Ecuador está en constante progreso en la industria de los muebles.

4.3.4. BARRERAS Y TRATADOS COMERCIALES, TRÁMITES Y COSTOS PARA LA EXPORTACIÓN.

4.3.4.1. TRATADOS COMERCIALES

Comercio bilateral Ecuador – Estados Unidos

Aproximadamente el 80% de las exportaciones ecuatorianas hacia Estados Unidos corresponden al petróleo.

Dentro de las exportaciones no petroleras se destacan los productos del mar, las frutas, las flores y el cacao que juntos representan el 16% de las exportaciones totales.

Por otro lado, Ecuador importa desde Estados Unidos principalmente maquinaria y artefactos mecánicos, material eléctrico y combustibles, estos tres rubros representan el 57% de las importaciones totales. También se importan en cantidades importantes plásticos y sus subproductos además de cereales como maíz y trigo.²²

Preferencia arancelaria entre Estados Unidos y Ecuador

De acuerdo al Estudio del Banco Central “Estudios del Comercio Internacional de Agosto de 2007 sobre los Estados Unidos: Posicionamiento en el Primer Socio Comercial”. Los EE.UU. le concede al Ecuador preferencias arancelarias bajo dos mecanismos: el Sistema Andino de Preferencias (ATPDEA) y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP); el primero concluyo en febrero 2008 y el segundo a finales del mismo año. En primer lugar el Ecuador recibe dentro de la OMC el trato de nación más favorecida (NMF), por lo cual determinadas partidas ingresan al mercado norteamericano con arancel cero.

De otro lado, el país recibe preferencias arancelarias bajo el ATPDEA, que es una retribución de los EE.UU. por la lucha contra el comercio de la droga dentro de los países andinos, y finalmente recibe reducciones arancelarias bajo

²² Corpei Ecuador, 2009; pp: 22 y 23

el SGP, el cual se aplica a un número de países determinados por el Banco Mundial que no cuenten con ingresos elevados y sus exportaciones no sean suficientemente diversificadas.

Se aprecia que del total de comercio, un 99.9% entra al mercado norteamericano con preferencias arancelarias, ya sea bajo los regímenes ATPDEA y/o SGP, o porque el arancel acordado de aplicación a todos los países bajo el amparo de la legislación de la OMC (denominado arancel de Nación más favorecida-NMF), es igual a cero.

A pesar de que el acuerdo ATPDEA permite la entrada libre de aranceles a una amplia gama de productos (98,4% del comercio), las exportaciones del Ecuador están concentradas en pocos productos. Cabe recalcar que existen partidas arancelarias cuyo Arancel de Nación más Favorecida (NMF) es nulo o igual a cero, independientemente de si están incluidas o no en algún sistema de preferencias otorgado de manera unilateral.²³

²³ Corpei Ecuador, 2009; pp: 60

4.3.4.2. Barreras Arancelarias y No Arancelarias

4.3.4.2.1. Barreras Arancelarias

Cuadro No. 3.9.: Aranceles de muebles en países comerciales para el Ecuador

PRODUCTO	PAIS						
	Estados Unidos	Reino Unido	Francia	Alemania	Venezuela	Panamá	México
940310	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,07%	15,00%	20,00%
940320	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,06%	11,66%	14,40%
940330	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	15,00%	15,00%	8,75%
940340	0,00%	1,35%	1,20%	1,35%	8,60%	15,00%	7,50%
940350	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,60%	15,00%	15,00%
940360	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,60%	15,00%	15,00%
940370	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,06%	8,75%	16,00%
940380	0,00%	5,60%	2,80%	2,80%	20,00%	15,00%	16,00%

Fuente: MACMAP

Elaboración: CORPEI / CICO

En el cuadro No. 3.9. Se observa que Estados Unidos y la Unión Europea manejan un arancel bajo en el sector mobiliario.

Siendo Estados Unidos el país con el más bajo arancel frente a los diferentes productos del sector de muebles.

4.3.4.2.2. Barreras no Arancelarias y Requisitos de Ingreso

Las normativas estadounidenses regulan tanto la seguridad de los procesos productivos como la estabilidad de los químicos utilizados a lo largo del proceso en la elaboración del producto, los materiales de los cuales están elaborados los bienes y finalmente la seguridad que presenta el mueble en si para su venta al público.

La normativa norteamericana en lo referente al sector mobiliario es sumamente extensa y abarca aspectos que van desde las especificidades en cuanto al tratamiento inicial de la materia prima hasta el barniz y la laca que deberán ser utilizados para recubrir el producto final.

La mayoría de las leyes y reglamentos, que rigen tanto la elaboración de los productos como los materiales base de los mismos, son emitidos por la Sociedad Americana para Pruebas y Materiales o ASTM. La ASTM se encarga de brindar las directrices a seguir por parte de los productores para poder ingresar un producto al mercado estadounidense.

A parte de las normas presentadas por la ASTM para introducir cierto tipo de muebles es necesario el aval de la *Federal Trade Commission* (FTC), quien es la encargada de entregar la etiqueta *Textile Fiber Products Identification Act* (TFPIA), requisito obligatorio para el ingreso de todos aquellos productos que en su constitución incluyen textiles o cueros.

Para productos delicados como son las cunas y demás mobiliario destinado al uso infantil, el exportador está obligado a cumplir con una serie de requerimientos adicionales a los expuestos anteriormente. El instituto responsable de la emisión y modificación de estos reglamentos es la comisión para la seguridad de los productos de consumo (*Consumer Product Safety Commission*).

En cuanto a los sellos de calidad, a pesar de no ser un requisito obligatorio, en la mayoría de casos, la obtención de uno de estos certificados otorga al productor una ventaja competitiva frente a la competencia. Dentro de los certificados más valorados dentro del mercado norteamericano, los más aceptados son aquellos que son otorgados por la ISO. A demás de estos certificados, la mayoría de veces se le pedirá al fabricante presentar un certificado de origen de la madera con la cual están siendo elaborados sus muebles, esto con el fin de evitar el contrabando y el mercado ilegal de este tipo de materia prima.

4.3.4.4. PROCESO DE ENVIO DE LOS MUEBLES RUSTICOS DE HIERRO Y MADERA

La vía escogida para el envío de los muebles rústicos de hierro y madera es marítima debido al peso que los mismos tienen, adicionalmente al no ser un producto agrícola como las flores, o alimentos que puedan dañarse por el

tiempo que dure el envío, por esta razón se solicitó una cotización a la agencia de carga Martín Pacific ubicada en la ciudad de Quito, la cual nos ayudará con el transporte desde la ciudad de Quito vía terrestre hasta la ciudad de Guayaquil, la mercadería es entregada en el puerto de Guayaquil debidamente empacada la cual viajara hasta el puerto de Miami – Estados Unidos vía marítima como ya se apuntó.

El incoterm utilizado en este tipo de exportación es FOB (free on board por sus siglas en inglés, que significa libre a bordo), la agencia de carga es responsable únicamente hasta el puerto destinado.

4.3.4.4.1. Costos de envío de los muebles rústicos de hierro y madera

La agencia de carga Martín Pacific presentó la siguiente cotización de los costos de envío:

- Los muebles rústicos de hierro y madera serán enviados debidamente empacados en contenedores, dependiendo de la cantidad y el espacio que se vaya a necesitar, tienen a su disponibilidad dos contenedores de 20' y 40', sus costos son: \$2110 y \$3360 correspondientemente, este costo corresponde únicamente al transporte marítimo desde el puerto de Guayaquil - Ecuador al puerto de Miami – Estados Unidos.
- El costo del transporte interno es de \$35 + IVA, los muebles serán enviados de la ciudad de Quito hasta Guayaquil para que puedan partir desde el puerto principal del país.

4.3.4.4.2. Trámites para realizar la exportación frente a la aduana

Para realizar cualquier trámite de exportación siempre se debe presentar la Declaración Aduanera Única de exportación debidamente llenada, adicionalmente se deben presentar los siguientes documentos junto con el formulario:

- RUC de exportador
- Factura Comercial Original
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite)
- Registro como exportador a través de la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.

Una vez aprobada esta documentación e ingresados los muebles rústicos de hierro y madera al interior de la aduana se toma en cuenta ciertos pasos a seguir.

La fase de Pre-embarque, se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), este es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El Exportador o Agente de Aduana deberán transmitir Electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, donde se deben registrar datos importantes para la exportación, los cuales son: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional, una vez que es aceptada la Orden de Embarque que por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán los muebles rústicos de hierro y madera para ser exportadas para su destino final.

En la Fase de Post-Embarque se presentará la declaración Aduanera Única (DAU) definitiva, la misma anteriormente mencionada que se realiza una vez ingresado el embarque.

Una vez ingresados los muebles rústicos de hierro y madera a la Zona Primaria para su exportación, se tiene un plazo de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de la agencia de carga. Si todo se encuentra en orden, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Una vez numerada la DAU, se presenta ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa
- Orden de Embarque impresa
- Factura Comercial definitiva
- Documentos de transporte
- Originales de Autorizaciones Previas
- Corpei

5. CONCLUSIONES

La industria mobiliaria en la actualidad represente un rol muy importante ante la vida cotidiana alrededor del mundo, esta industria ha ido evolucionando dependiendo de las necesidades, gustos, estilos y decoraciones según las épocas.

La tendencia de estos tiempos está tendiendo a lo rústico, debido a sus múltiples características al estilo natural y original por tener detalles hechos a mano, son más duraderos, su utilización es para la decoración tanto de interiores y como para exteriores por los materiales utilizados en su fabricación. Adicionalmente estos muebles llegan transmitir un ambiente diferente, crean un estilo diferente, una sensación de rusticidad, antigüedad, tanto en el campo como en la ciudad, dando un toque único al lugar decorado.

Estos muebles tienen como parte fundamental como su mismo nombre lo indica hierro y madera. Ventajosamente para nuestro país la madera tropical es una de las más exóticas y tenemos fácil acceso a ella ya que la misma solo se encuentra en algunos países de América, África y Asia. La industria de muebles ecuatorianos es reconocida en el mercado internacional por ofertar productos con valor agregado y calidad.

En Estado Unidos las generaciones vienen influyendo de manera importante la industria de los muebles, por esta razón este es un mercado potencial para la venta de muebles rústicos de hierro y madera forjados aprovechando las nuevas tendencia de mezclar tendencias que hoy en día se están empleado en el consumidor americano.

El sector de muebles actualmente exporta el 2,2% del total de las exportaciones no petroleras del Ecuador teniendo un crecimiento del 16% aproximadamente durante el periodo 2002 – 2008, el Ecuador tuvo un incremento del 43% en el periodo 2004 - 2005 el mismo que es un gran impulso para la producción nacional para exportar, lastimosamente en el periodo del 2007 al 2008 tuvo un descenso del – 13%, lo cual hace que el promedio alcance el 16% durante el periodo 2002 – 2008, este sector ha

empezado a abrirse nuevos horizontes como son el Medio Oriente, Nueva Zelanda y Europa principalmente; siendo este es uno de los mercados más grandes a nivel mundial y el principal consumidor de muebles, actualmente Europa tiene el 30% de participación en el mercado con lo que respecta a la importación de muebles.²⁴

Por otro lado el mercado internacional de muebles y accesorios se ha vuelto tan competitivo que pequeños productores como el Ecuador se encuentra en desventaja, cada vez los precios, diseños del mercado internacional son más competitivos y esto lleva a que el Ecuador tenga más competencia, y el no tener la tecnología desarrollada como muchos otros países exportadores se ha convertido en un gran obstáculo ya que con esta se podría satisfacer los requerimientos de muchos mercados en lo cuantitativo como en lo cualitativo, y también con el desarrollo de muchos diseños más. Actualmente los grandes competidores del momento se encuentran en el sudeste asiático.

Un punto a favor de Ecuador para hacer negocios con Estados Unidos es que ambos países tienen como moneda el dólar el americano, adicionalmente ambos países están en constante evolución de sus tratados, recientemente se intento firmar un TLC, pero Ecuador todavía no está preparado para este tipo de tratados, adicionalmente a Ecuador no le conviene. Al momento Estados Unidos únicamente mantiene preferencias arancelarias para el Ecuador como el sistema de preferencias bajo el ATPDA, así como también la preferencia arancelaria bajo el SGP, el cual aplico a varios países que no cuentan con ingresos elevados y cuyas exportaciones no son suficientemente diversificadas, en la industria escogida el mueble entra con arancel cero lo cual ayuda a que los precios en el mercado meta no sean excesivos por los costos de la importación que pueda tener.

²⁴ Corpei Ecuador, 2008

6. RECOMENDACIONES

Ecuador es un país muy rico en materia prima y cultural artesanal, por estas razones la mano de obra debe ser reconocida en el mercado internacional, la falta de inversión en tecnología es lo que muchas veces nos ha limitado a ser grandes exportadores de manufacturas, la inversión en tecnología para maquinaria de esta industria podría ayudar a satisfacer las demandas exigentes del mercado internacional.

El Ecuador debe participar en más ferias de muebles que actualmente en el mundo se desarrollan bastantes y que sirven para dar a conocer la calidad y la creatividad que puede dar esta producción a nivel internacional.

Los tratados comerciales con respecto a otros países limitan al crecimiento de las exportaciones ecuatorianas para que no sea reconocido solo en materia prima, pero se debe empezar a romper más barreras buscando más tratados y socios comerciales, para exportar más manufacturas de varias industrias.

La situación geográfica del Ecuador es muy beneficiosa al encontrarnos en la línea equinoccial lo cual indica que las distancias para exportar no deberían ser un obstáculo.

Es importante tomar en cuenta el cuidado que se debe tomar en el sector maderero para preservar los recursos naturales

Cabe destacar el especial cuidado que observa el sector maderero para preservar los recursos naturales, por lo cual aplica un manejo sustentable de los bosques.

Por otro lado si nos concentramos en esta industria la principal preocupación es el consumo de materias primas, como es el consumo de madera, agua y otros materiales de origen primario, a pesar de que la madera es una materia prima que se puede renovar, por esta razón es importante implementar sistemas de certificaciones forestales a nivel mundial que aseguran que los bosques de los que se ha extraído la madera la madero son gestionados de forma correcta, y por lo tanto, no pelagra su existencia.

Otro de los problemas importantes es la contaminación transferido al agua utilizada en el proceso productivo. La industria del mueble no es una gran consumidora de dicho recurso; en cambio, el agua utilizada posee un alto grado de contaminación, provocando en su mayoría por los disolventes utilizados. Por esta razón es importante que las autoridades correspondientes ejerzan un mayor control sobre estas industrias.

7. BIBLIOGRAFIA

Barreras comerciales que podrían afectar a las exportaciones ecuatorianas. (2007)

URL: <http://www.profiagro.org/archivos/documentos/TipsbarrerascomerSantiG.pdf>

Descargado 08/01/2010

Carbaugh, R. (2006): Economía Internacional. Doceava edición. Cengage Learning Editores, S.A. Southwestern, United States.

Estrada, R; Estrada, P. (2006): Lo que se debe conocer para exportar. “Exportar es el reto”. Editorial Abya-Yala. Quito, Ecuador.

Krugman P.; Obstfeld M. (2007): Economía Internacional. Teoría y Política. Séptima Edición. Pearson Educación S.A. Madrid, España.

Madera: La Oferta Ecuatoriana (2007)

URL:

<http://www.cccuenca.com.ec/descargas/indicadores/INDICADORESMADERA.pdf>

Descargado 07/01/2010

Artesanías y Manualidades (2009)

URL: <http://www.artesaniasymanualidades.com/decoracion/aislamientoacustico-en-el-diseno-de-ambientes.php>

Descargado 10/06/2010

CORPEI, CICO (2009): Perfil de Muebles.

CORPEI, CICO (2009): Guía Para exportar a Estados Unidos.

Banco Mundial – Datos Estados Unidos

URL: <http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos>

Descargado 15/08/2010

Política Comercial de Estados Unidos

URL: http://www.sela.org/DB/ricsela/EDOCS/SRed/2010/03/T023600003940-0/Politica_comercial_de_EEUU_en_el_gobierno_de_Obama.pdf.pdf

Descargado 15/08/2010

PERFIL DE PRODUCTO – MUEBLES. CORPEI Ecuador

URL: <http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/Perfil%20Muebles%202008.pdf>

Descargado el 04 de Agosto de 2010