Título de la Consultoría:

Estudio de Preferencia de Mercado del Mueble Dominicano

Producto 3

Informe Borrador:

Estudio de Preferencia de Mercado del Mueble Dominicano

Indice de Contenido

I. **Contexto del sector de muebles en la República Dominicana**..... 4
II. **Metodología utilizada para las Entrevistas estructuradas** 5
2.1 Distribución geográfica de la muestra levantada 5
2.2 Canales de comercialización donde se aplicaron las entrevistas estructuradas.. 6
III. **Resultados Entrevistas Estructuradas**..... 7
3.1 Fabricantes 7
3.2 Comercializadores 13
3.3 Consumidor Final 20
IV. **Resultados de las Entrevistas Aplicadas a Informantes Claves** 31
4.1 Resultados de la entrevista a La Nacional 31
4.2 Resultados de la entrevista a Muebles Roa Industrial 32
4.3 Resultados de la entrevista a Rattan Dominicano 33
V. **Análisis General de los Resultados**..... 35
VI. **Oportunidades de Negocios**..... 37
VII. **Anexos.**..... 39
6.1 Comparación de la oferta local frente a la competencia de oferta importada 39

I. Contexto del sector de muebles en la República Dominicana

En el sector de las pequeñas y medianas empresas de la República Dominicana, el renglón correspondiente a la industria del mueble es de gran importancia tanto por el valor del producto como por el nivel de empleos y las exportaciones que genera este subsector y las divisas que aporta al país.

Dentro del conjunto de la pequeña y mediana empresa, aproximadamente un 2% de los negocios corresponden al renglón muebles. De las empresas de muebles, el 45% posee una capitalización media mientras que un 16.4% tiene una capitalización alta.[1]

En la República Dominicana, la mayor parte de la producción del sector de muebles se dedica al mercado interno, en especial la producción de muebles de madera. La mayoría de las empresas (aproximadamente un 70%) son pequeñas, al estilo de pequeños talleres, generalmente organizadas por antiguos operarios que formaron sus empresas.

Los muebles de madera de producción nacional son dedicados principalmente al consumo interno popular y una pequeña parte se destina a la exportación, mientras que los muebles importados (los cuales tienen un precio mayor y utilizan materiales diferentes a la madera), se dirigen a sectores de mayor poder adquisitivo. Por esta causa, la oferta exterior no ha desplazado a la oferta interior del sector.

Desde el punto de vista de la oferta, la producción dominicana se ubica en dos áreas principales: fuera de las zonas francas (llamada producción nacional) y dentro de las zonas francas, mayoritariamente dirigida al mercado local. En gran medida las exportaciones no son recurrentes sino esporádicas.

La mayoría de la producción de muebles se realiza en zona nacional, concentrándose en el área de Santo Domingo y en Santiago. Se estima que la producción en zona franca representaría el 1% de la producción de muebles del país.

[1] CEI-RD

II. Metodología utilizada para las Entrevistas estructuradas

Esta consultoría es un estudio descriptivo, cuyo objetivo principal fue levantar que prefieren los consumidores de muebles dominicanos. Se agotaron para ello varias etapas. Dentro de ellas se elaboro una herramienta de investigación la cual fue discutida y consensuada con la directiva del clúster, posterior fue aplicada en el trabajo de campo y a partir de los datos obtenidas en las entrevistas estructuradas se procedió al análisis de las informaciones y la generación de informes para ser tomados en consideración en el proceso de toma de decisiones de los fabricantes de muebles dominicanos y que estas informaciones les permita elaborar productos más acorde con los requerimientos de sus clientes.

Las variables más relevantes evaluadas fueron el tipo de muebles, modelos, funcionalidad, materiales, elementos decorativos de los muebles fabricados localmente, percepción de los consumidores, opinión de expertos sobre tendencias, estilos, moda, telas, entre otros elementos de importancia para el sector.

Para la selección de los entrevistados en el estudio, se consideraron los actores de la cadena (fabricantes y comercializares vinculados al clúster dominicano del mueble y a la asociación nacional de muebles y colchones ASONAIMCO). Para las entrevistas de los consumidores finales se realizaron en las distintas plataformas de comercialización, en el entendido de que los visitantes que se encontraban en las tiendas comercializadoras son los verdaderos clientes potenciales de los muebles.
Para el levantamiento de la información se elaboraron tres cuestionarios diferentes, enfocados a los consumidores, los comercializadores y al consumidor final:

Actores Entrevistados	Cantidad entrevistas
Fabricantes	26
Comercializadora	30
Consumidores finales	50
Total entrevistados	**106**

2.1 Distribución geográfica de la muestra levantada

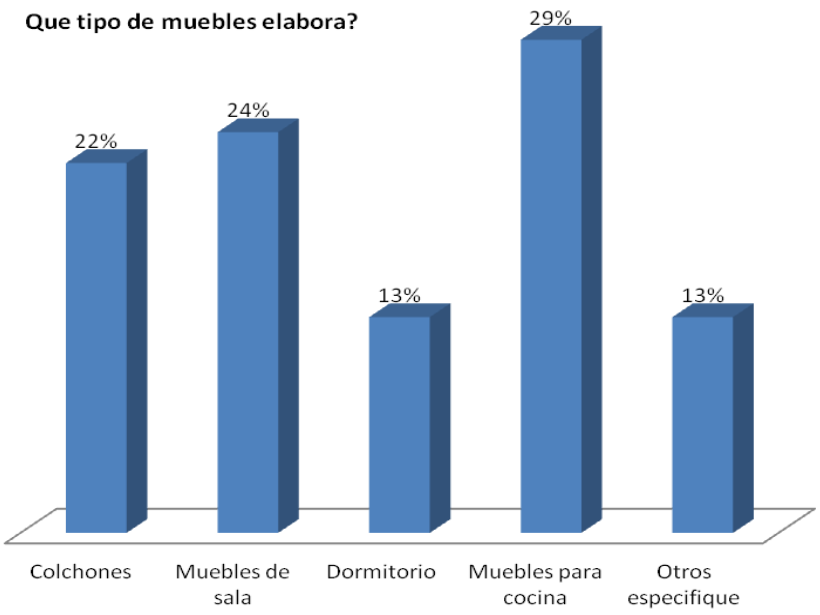
Fabricantes: Gran Santo Domingo y Región Este
Comercializadoras: Gran Santo Domingo y Santo Domingo Este
Consumidores finales: Gran Santo Domingo y Santo Domingo Este

2.2 Canales de comercialización donde se aplicaron las entrevistas estructuradas

Numero	Tienda consultada	Contacto	Teléfono
1.	Muebles Monegro	Rafael Abreu	(809) 412-8840
2.	Walter Comercial	Graciela de Cordero	(809) 681-4248
3.	Abel Muebles	Roberto Rodríguez	(809) 338-1555
4.	Rafi Muebles	Rafael Castillo	(809) 538-6137
5.	Y R Comercial	Alicia Rodríguez	(809)623-3498
6.	Mi Tienda	Rafael Espinal	(809) 684-2434
7.	Mapel Mueble	Orlando Espino	(809) 623-3498
7.	Fácil Comercial	Brenny Francisco	(809) 564-4111
8.	Ray Muebles	Lennin Marte	(809) 531-1515
9.	Lucy Muebles	Rolando Martin	(809)-560-1190
10.	Comercial Méndez	Isabel Sec.	(809) 245-1031
11.	Leo Muebles	Fermín Bonilla	(809) 560-5898
12.	Fácil Comercial	Brenny Francisco	(809) 564-2020
13.	Muebles Gael	Estela Reynoso	(809) 686-6858
14.	L & R Comercial	Roberto Reyes	(809) 597-4900
15.	A y J Electro	Sócrates Parra	(809) 564-4997
16.	Frank Muebles	Francisco A. Muñoz	(809) 561-8811
17	Arbaje Sony	Nelson Rodríguez	(809) 536-6454
18.	White Door	Encargado Tienda	(809) 560-1190
19.	F. Colchones Hnos. Tejada	Sr. Tejada	(809) 685-8543
20.	Actualidades	Abraham Frenes	(809) 686-8174
21.	La Curacao	Mercedes García	(809) 4767-700
22.	Casa Abreu	Fausto Abreu	(809) 536-2993
23.	Neto, SRL	Francisco Riveiro	(809) 687-4377
24.	Arte D Carolina	Encargada tienda	(809) 685-4377
25.	Plaza Lama	Víctor Ogando	(809) 274-5262
26.	Ikea Santo Domingo	Carmen Validez	(809) 893-5365
27.	Muebles Omar	Encargado Tienda	(809) 616-0664
28.	Bellacasa Internacional	Encargado tienda	(809) 682-6285
29.	Multi Centro Churchill	Alberto Pérez	(809)472-4444
30.	La Hogareña	Denia Pujols	(809) 594-6679

III. Resultados entrevistas estructuradas

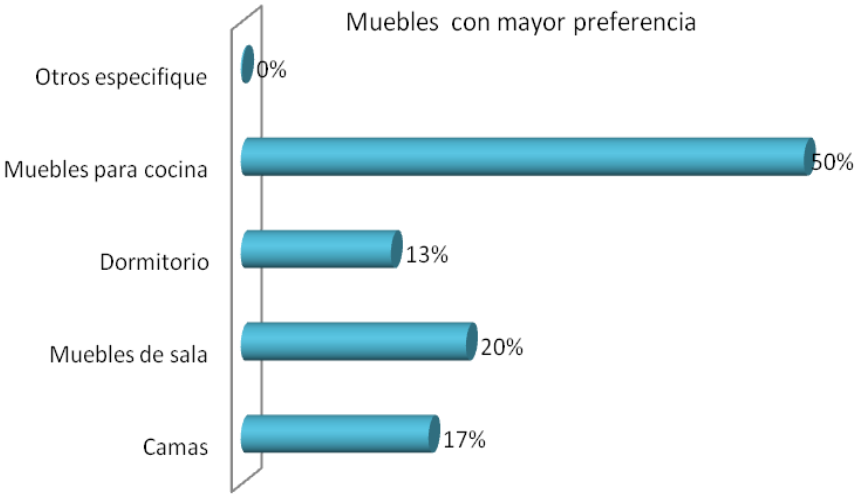
3.1 Fabricantes



En el 29% de las fábricas se elaboran muebles de cocina, en el 24% mueble de sala.

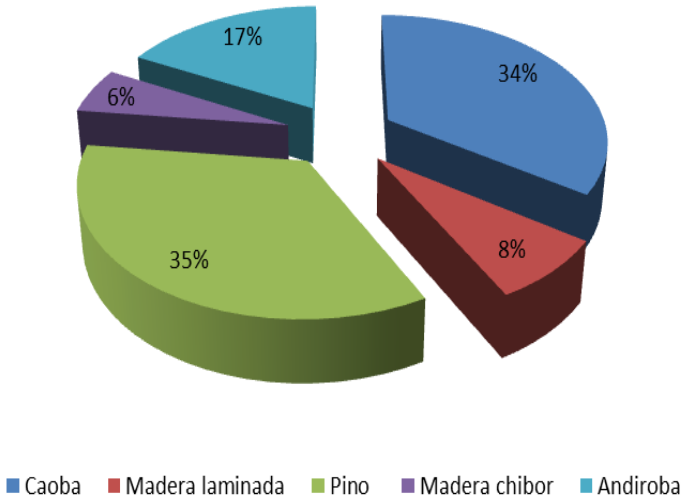
Las camas y los de dormitorios se fábricas en un 22% y 13% de los talleres respectivamente.

En el 13% de los talleres se elaboran otros tipos otros tipos de muebles, en esta categoría la fabricación de puertas, closet y puertas enrollables.



Sobre las preferencias del mercado 50% indico que los muebles de cocina tiene la mayor de las preferencias, las preferencias de muebles de sala son de un 20%, luego le sigue los colchones con un 17%.
Los muebles para dormitorios un 13%. Según estos industrializadores, las preferencias están concentradas en dos productos muebles de cocina y muebles de sala.

Qué tipo madera le requieren en la fabricación de los muebles

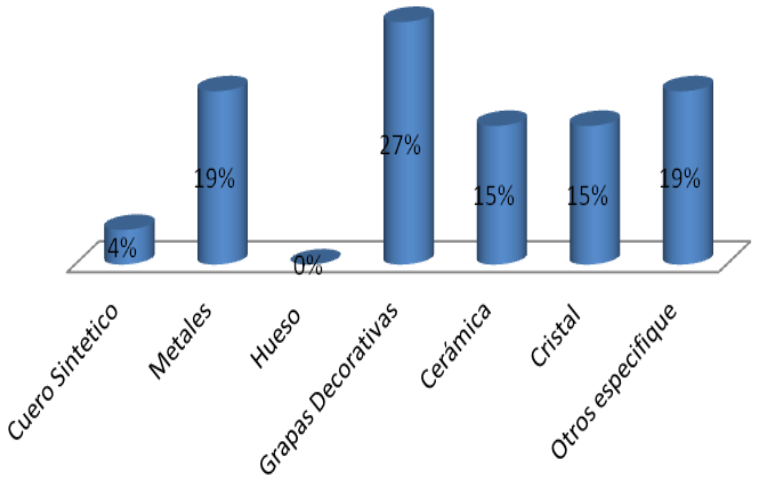


El 35% prefiere el pino, un 34% la caoba y el 17% la andiroba.
Otros consumidores prefirieren la madera laminada en un 8% y el restante 6% prefiere la madera comprimida el 6%.

Todos los entrevistados señalaron la caoba como una madera preciosa.

Solo un fabricante señaló que le requieren la acacia local. Esto es un dato que confirma las preferencias de los consumidores de muebles dominicanos aún mantiene su interés por las maderas sólidas de caoba y pino.

De los muebles que fabrica, cuales tienen mayor preferencias en el mercado?



El 27 % indico que se debería incorporar grapas decorativas.

Un 19% considera que se debería incorporar metales.

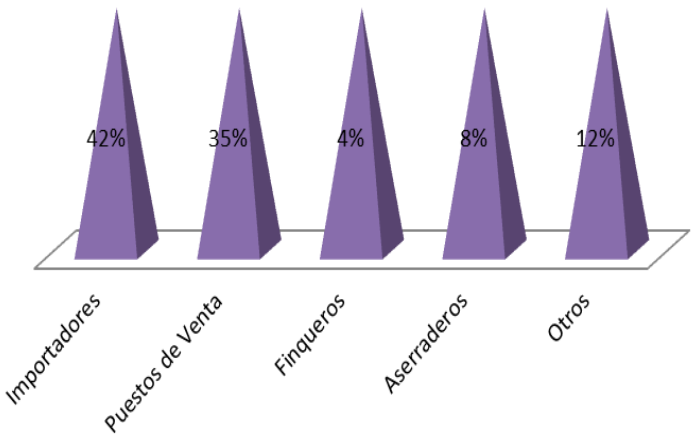
Un 15% requiere cerámica.

Otro 15% menciono la incorporación del cristal.

Un 19% indico otros materiales y en estos otros elementos se mencionaron, hierro, fibra, y acacia local.

Por último un 4% menciono el cuero sintético como elemento alternativo.

Quienes son sus principales proveedores de madera?

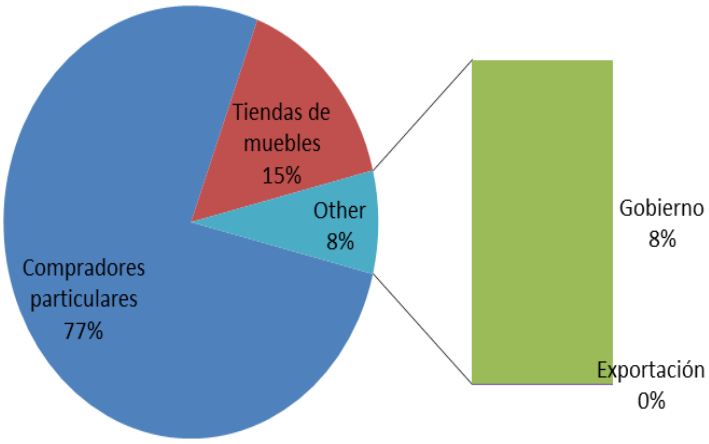


El 42% de la madera es suplida por los importadores.

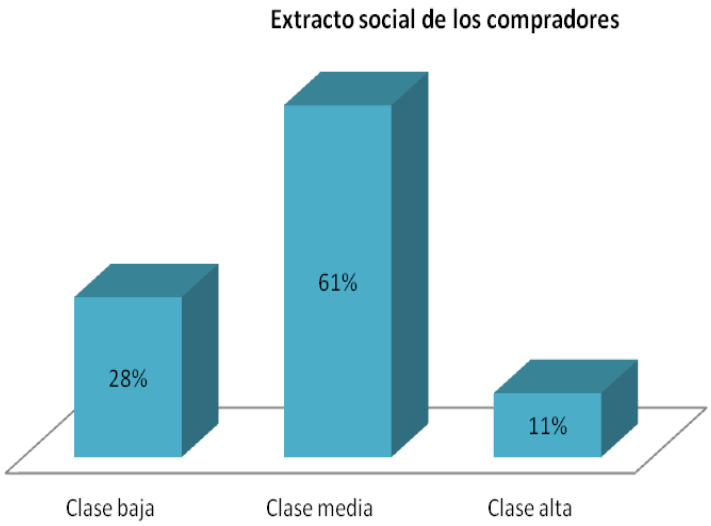
Un 35% por los puestos de ventas de madera incluidas las ferreterías. El 4% por finqueros. El 8% por aserraderos.

El otro 12% es suplido por otros tipos de proveedores de este tipo de materia prima.

Quiénes son sus principales compradores?



Según los fabricantes entrevistados el 77% de sus compradores son personas particulares, es decir consumidores directos, el 15% son las tiendas especializadas de muebles.
El gobierno representa un 8% de sus compras.
Es importante señalar que estas informaciones en su mayoría fueron tomadas a fabricantes del Este, específicamente en San Pedro de Macorís y no prevalece en esta zona que los principales compradores tradicionales sean las tiendas especializadas de muebles como en otras zonas del país.
Se observa también que estos fabricantes no realizan negocios con exportadores.

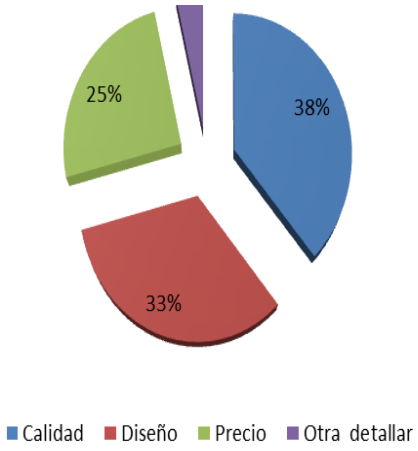


El 61% de los fabricantes consideraron que sus clientes son de extracto económicos medios.

El 28% opinan que son de extracto de bajos ingresos.

Un 11% indica que son de extracto alto.

Que es lo que aprecian sus clientes de sus productos?

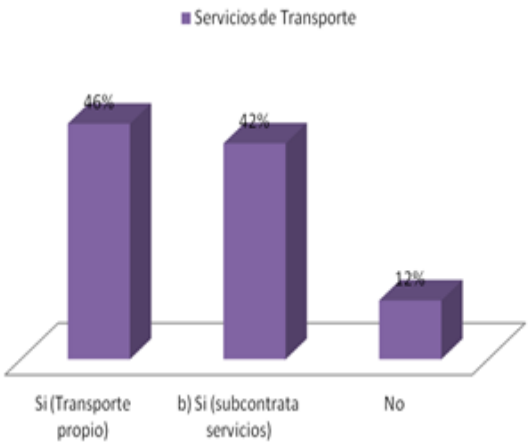


Cuando se consulto sobre lo que los clientes más aprecian de los muebles y como indica la siguiente gráfica, un 38% de los fabricantes opinan que sus clientes aprecian la calidad de sus productos como primer elemento a evaluar.

El 33% señala que el diseño ocupa el segundo lugar en la apreciación de los clientes, el 25% considera que el precio es una variable de relevancia.

El restante 4% indica otras razones entre las que se encuentra la entrega rápida y el servicio.

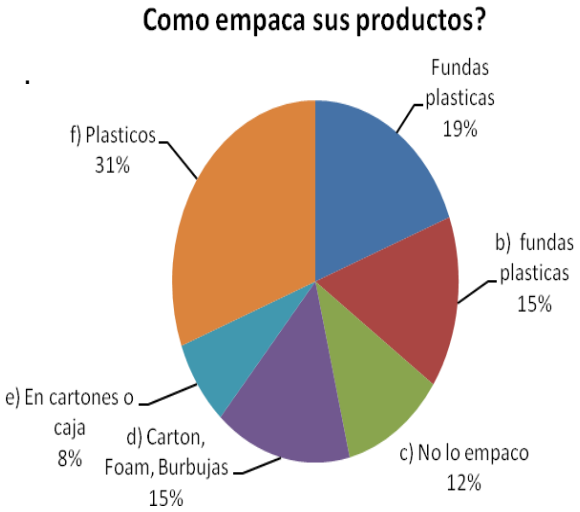
Ofrece servicios de transporte para entregar sus productos?



El 88% de los fabricantes ofrecen servicios de transporte para la entrega de sus productos.

El restante 12% no tiene este servicio.

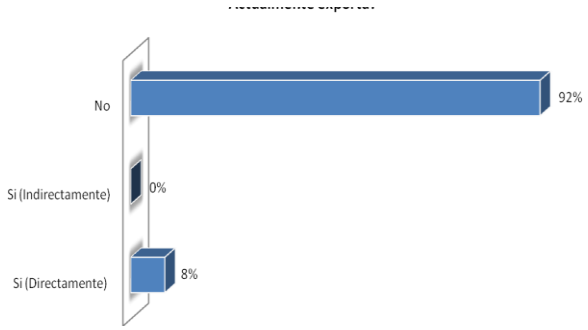
Los fabricantes que tienen servicio de entrega en el 46% de los consultados es propio y el 42% lo subcontrata.



Para los tipos de productos que se está analizando, el empaque final o embalaje, en el sector tradicional no es tomado como un elemento relevante por los fabricantes.

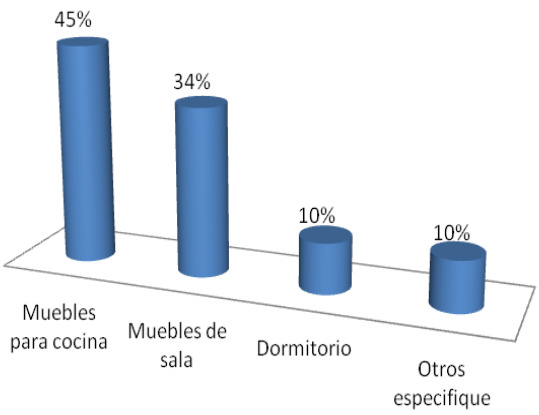
Sin embargo estas repuestas solo el 12% no le brinda protección a los muebles, el 31% de los fabricantes utiliza plástico, el 15 % utiliza cartón foan burbujas y otro 15% utiliza fundas plásticas

Actualmente exporta?



Del total de los fabricantes entrevistados el 92% de no exporta, este dato es congruente con lo indican las cifras nacionales sobre la poca exportación de muebles del país. El 8% indicó que si exporta.

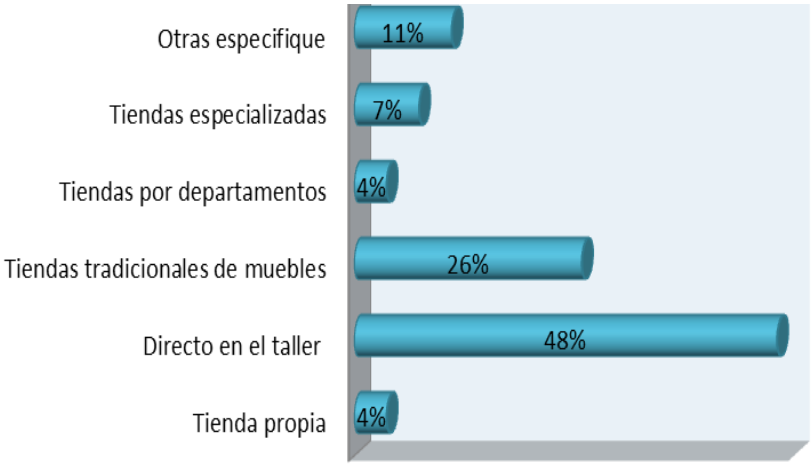
Cuáles son los muebles qué más vende mensualmente?



Con relación a los muebles más vendidos, según el 45% de los entrevistados, los muebles de cocina son los más vendidos, mientras que el 34% piensa que son los muebles de sala.

El 10% opina que los más vendidos son los muebles de dormitorio y el restante 10% concuerda que son otros tipos en los que están los closet, puertas de madera y puertas enrollables.

Cuales canales de comercialización utiliza usted para vender sus muebles?



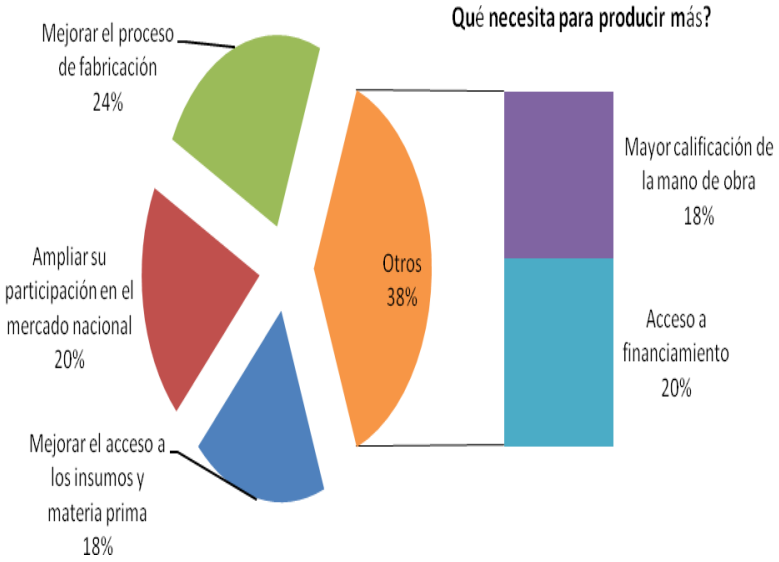
El 48% de los encuestados utiliza como canal de comercialización su propio taller.

El 26% usa las tiendas tradicionales de muebles.

El 7% las tiendas especializadas (decoración).

El 4% utiliza las tiendas por departamentos (tipo La Sirena, Jumbo).

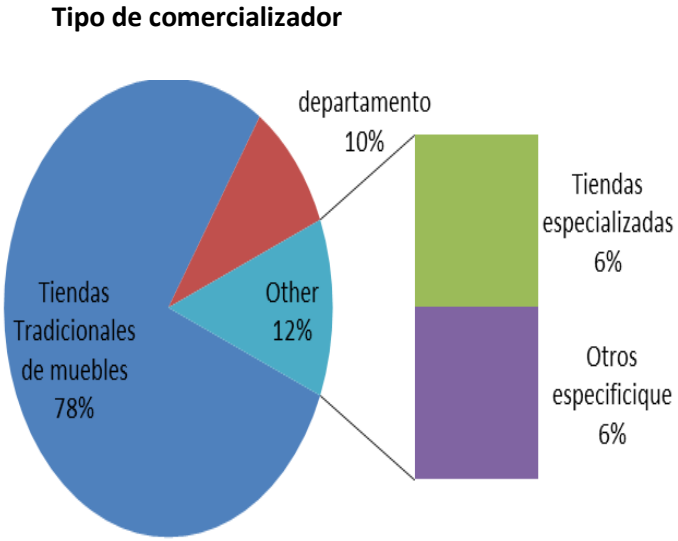
El otro 4% comercializa en tienda propia y un 11% utiliza otros canales.



De los fabricantes entrevistados, el 24% consideró que para producir mas necesitaría mejorar sus proceso de fabricación.

El 20% considera que debe ampliar la participación del mercado nacional, la mayor calificación de mano de obra y acceso a insumos y materias primas ambas alcanzaron un 18%.

3.2 Comercializadores

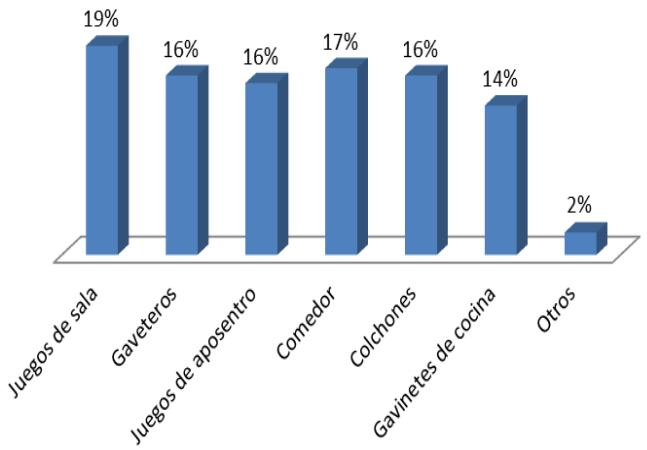


El 77 % fueron tiendas tradicionales de comercialización de muebles.

El 10 % estuvo representado por tiendas por departamentos como la sirena, plaza lama, jumbo entre otras.

El resto de las empresas entrevistadas correspondientes a tiendas de decoración un 3% y otro 3% fueron tiendas especializadas de artes.

Qué tipo de muebles comercializa?

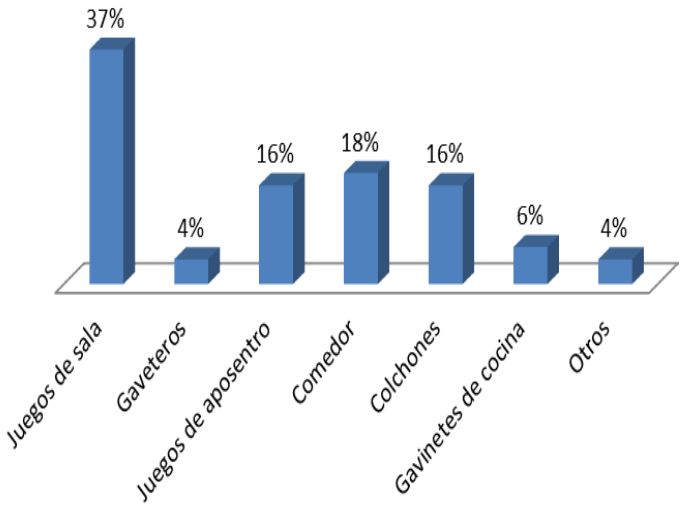


El 19% de las empresas encuestadas respondió que comercializa juegos de salas en sus tiendas, el 17% respondió que comercializa juegos de comedor, el 16% respondió que comercializa colchones, otro 16% respondió que comercializa gaceteros.

Un 16% respondió que vende juegos de aposento, el 14% vende gabinetes de cocina.

El 2% restante dijo que comercializa otros tipos de muebles como floreros, cuadros, muebles de oficina, muebles modernos y clásicos y en un último renglón los muebles importados.

Qué tipo de mueble tiene más preferencia entre los consumidores?



Al preguntar a las tiendas de comercialización sobre las preferencias de muebles por parte de los consumidores, las empresas respondieron que el 37% de sus ventas promedio corresponden a juegos de sala.

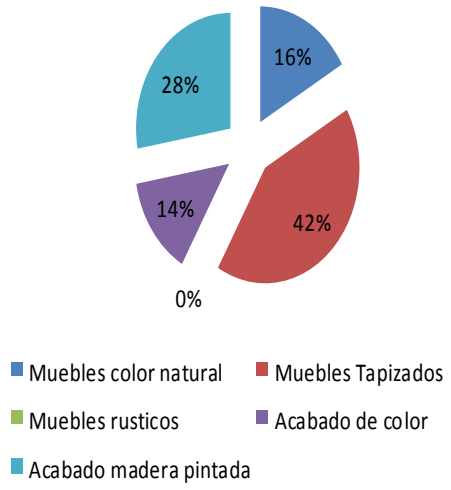
El 18% corresponde a juego de comedor, el 16% a colchones y otro 16% a juegos de aposento, el 6% corresponde a muebles de cocina, el 4% de las ventas gavetero y otro 4% corresponde a ventas de otros tipos de muebles para ambientes.

En su establecimiento se comercializan muebles importados?

En el mercado es muy notoria la oferta de muebles importados con los que compite el mueble de fabricación local, sin embargo el sector tiene un respiro en la competencia debido a que mucha de la oferta importada tiene precios por encima de los muebles locales y en ocasiones con menor calidad, como los muebles asiáticos.

De las principales marcas exhibidas en el país están:
Ashlye, Space, Mercury, Kass, Modart, Casa Divani Serta, Simmons, Mesas de centro, Piel y Vinil, Comedor y Juegos de aposento, Mueble Tapizado, Juegos de salas, y colchones, Colombia

Qué tipo de mueble tiene más preferencia entre los consumidores?



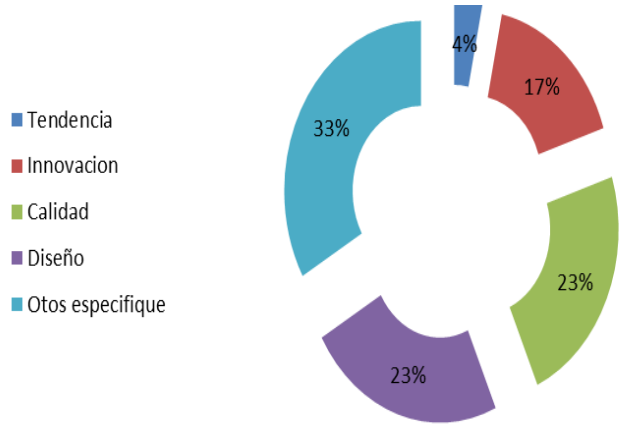
E
El 42 % de las empresas encuestadas respondio que los consumidres prefieren muebles tapizados,.con preferencia en las terminaciones de los muebles importados, sin embargo la demanda se balance con lo sprecios de lso muebles locales.

El 28% prefiere muebles de color natural de la madera.

El 16% busca muebles acabado madera pintada.

El 14 % respondió que prefieren muebles con acabado natural.

Con relación al mueble importado, que ventajas percibe con relación al mueble local?



El 33% de las empresas encuestadas entiende que la tenencia de mercado es el valor más importante.

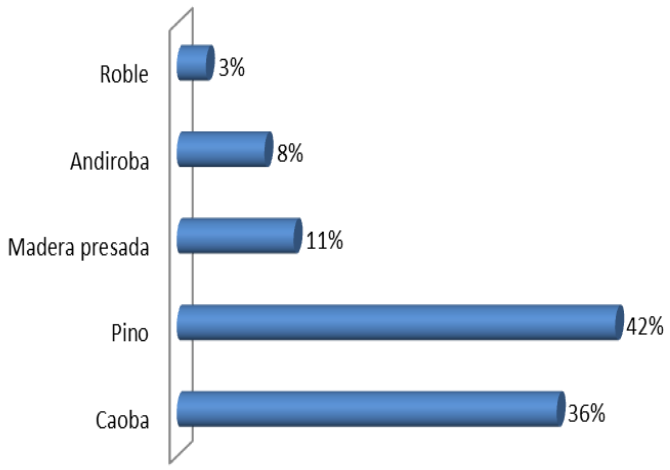
El 23%, respondió que lo más importante es la calidad.

El 23% respondió que lo más importante es el diseño

El 17% señalo que lo más importante es la innovación.

El 4% entiende que son importantes otros elementos como la terminación y el confort del mueble.

Tipos de madera más demandada el consumidor en la comercialización de muebles?



El 42% de las empresas encuestadas respondió que la madera más requerida es el pino.

El 36% respondió que la madera más requerida es la caoba.

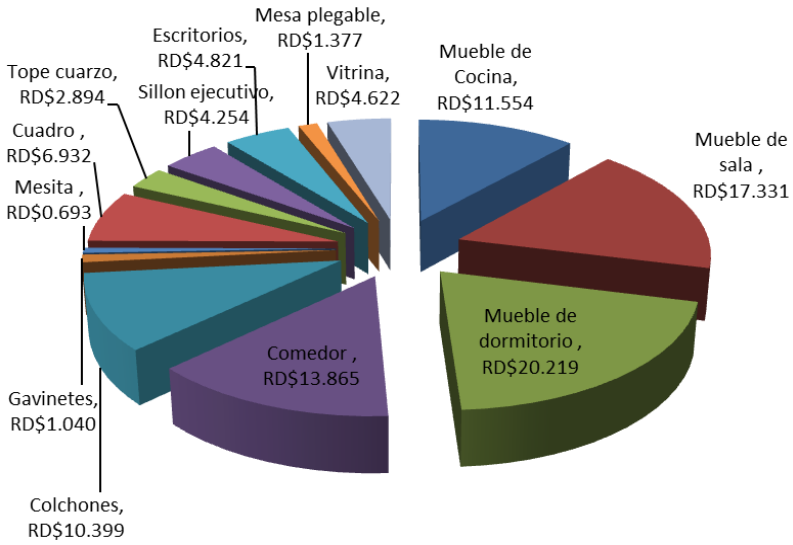
El 11% respondió que le requieren madera prensada.

El 8% dijo que comercializa juegos de muebles en base a andiroba.

El 3% dijo que comercializa muebles fabricados de madera de roble.

Un porcentaje muy mínimo trabaja con muebles plásticos.

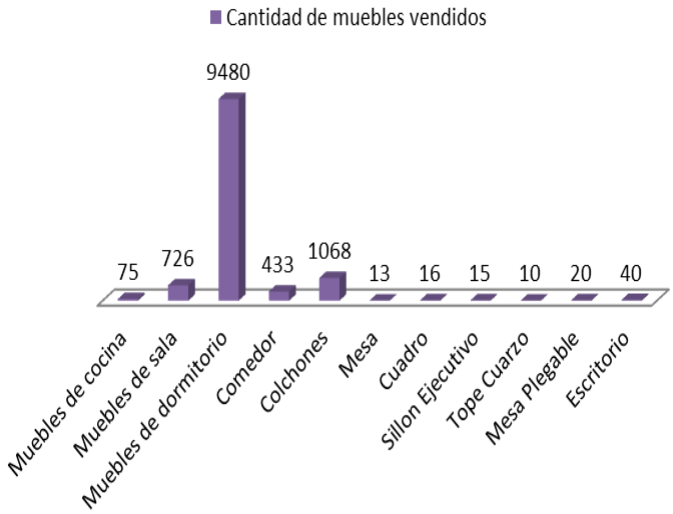
Precios de comercialización de los muebles más vendido en su tienda



Según los datos obtenidos sobre sobre la estructura de precios de los muebles, estos están dentro de precios desde precios muy bajos hasta precios promedios y altos.

No obstante estos valores finales responden al promedio de valores obtenidos, lo que indica que existe un rango de precios muy amplio en el sector.

Aproximadamente, que cantidades de muebles locales demandadas mensualmente en el mercado Interno?



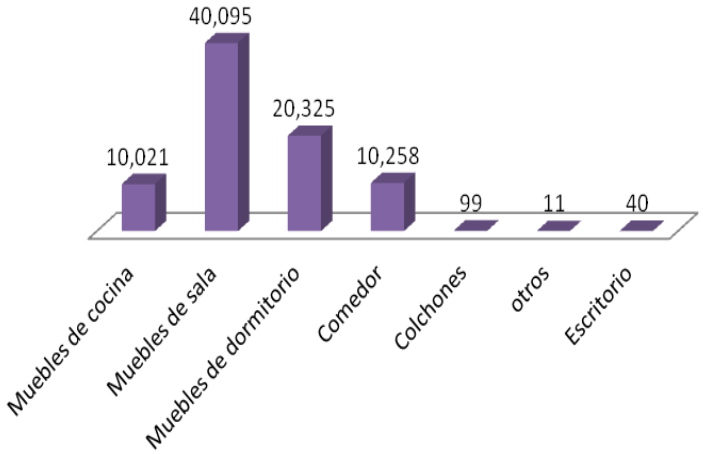
La demanda estimada de muebles varía según la importancia de usos en las familias, teniendo como punto más alto los muebles de dormitorios con 9,480 unidades aproximadas por mes.

Los segundos en ser demandados son los colchones con unas 1,068 unidades al mes.

Los juegos de sala 726 unidades al mes.

Los juegos de comedor 433 unidades, según se muestra en la siguiente gráfica.

Aproximadamente, que cantidades de muebles importados demandadas mensualmente en el mercado Interno?

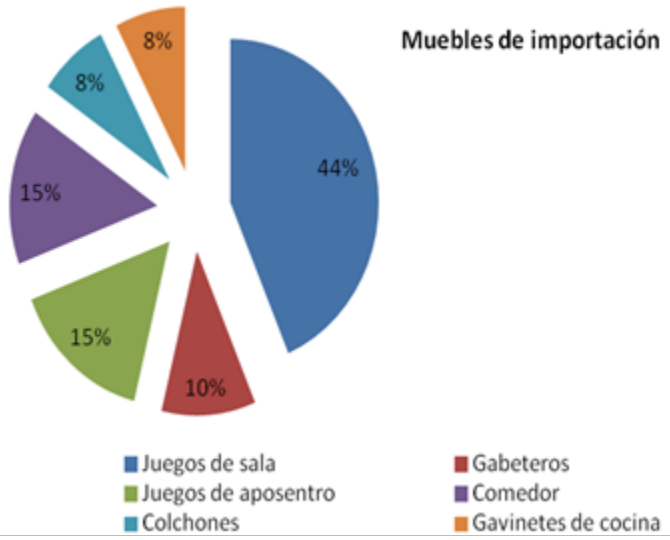


Los comercializadores comunicaron que aproximadamente se venden de importación alrededor de 40,095 juegos de sala, 20,325 dormitorios, 10,058, comedor, 10,021 muebles de cocina, 99 colchones 49 escritorios y otros muebles como centros de mesa y muebles para oficina, cabe señalar que estas respuestas están impactadas por las cantidades indicadas por la tienda Ikea que es la mayor empresa en venta de muebles importados.

Cantidades de muebles demandadas mensualmente en el mercado externo

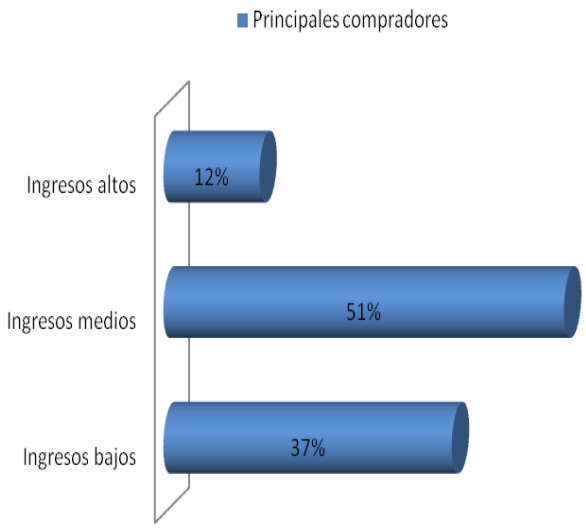
Se estructuro esta pregunta al sector de comercialización en el entendido de que muchos comercializadores también son fabricantes, se encontró que solo las empresas más establecidas y con ofertas de productos a corde a las tendencias tienen requerimientos de los mercados externos, estas empresas son más grandes y desarrollas que la media del sector. Dentro de estas se encontraron: Rattan dominicano, La Nacional, muebles Monegro.

En caso de Importar cuáles son los principales muebles importados?



El pico más alto del tipo de mueble a importar lo obtuvo los juegos de sala con un 44% de participación, un 15% de corresponde a los juegos de comedor y juegos de aposento respectivamente, un 10% corresponde a gavetero, un 8% para muebles de cocina y colchones solo un 8% de colchones importados son demandados de la cantidad total comercializada.

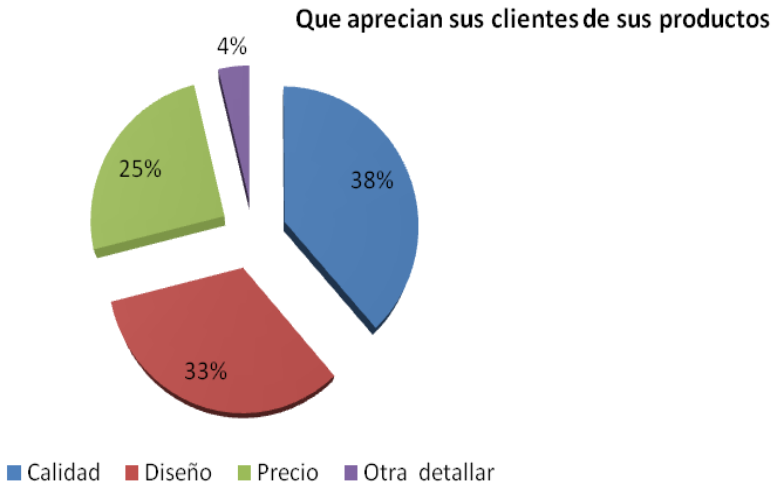
De qué extracto social son principalmente sus compradores?



El 51% de los comercializadores consultados manifestó que sus compradores son de ingresos medios.

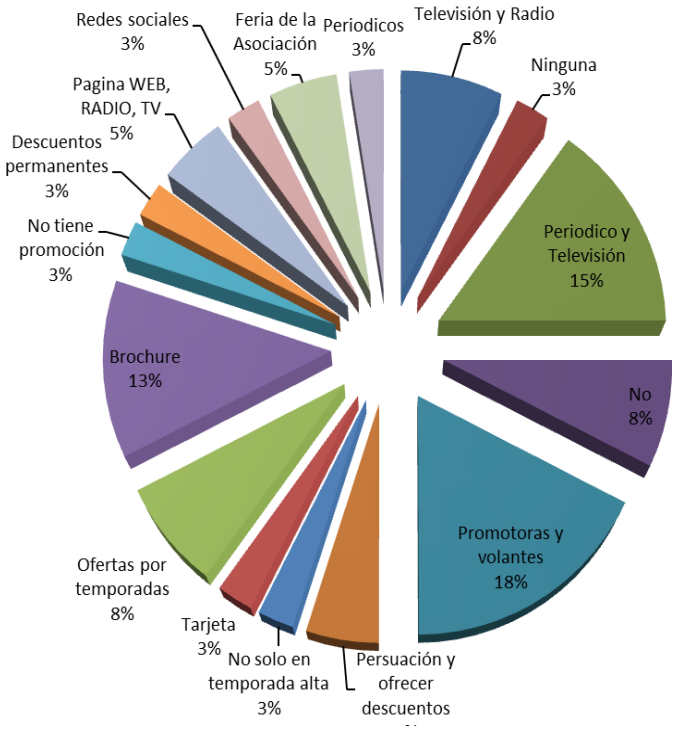
El 37% manifestó sus compradores son de ingresos social bajos.

El 12 % manifestó que sus compradores son de ingresos altos, esto muestra la nomenclatura social y económica del mercado de muebles en la Rep. Dom.



Del total de las comercializadoras consultadas el 38% respondió que sus clientes aprecian más la calidad del producto, un 33% considera que sus clientes aprecian que el diseño para ser competitivo, un 25% toma como elemento a valorar el precio y el restante 4% valora otros elementos la innovación, ofertas, terminación y el servicio.

Ofrecen algún tipo de promoción a sus clientes? Explique



En cuanto a la promoción que realizan los canales de comercialización según la gráfica, se advierte que existe un número considerable de herramientas de mercadeo para impulsar las ventas.

Dentro de estas herramientas están las que las empresas consideran las más importantes.

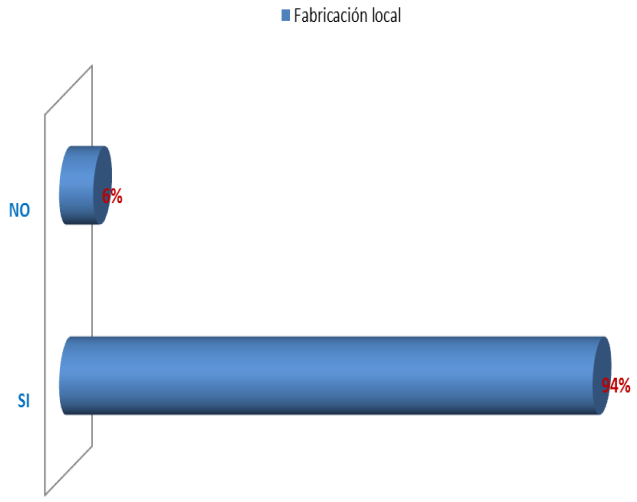
El 18% indico que utiliza promotoras y volantes, el 15% utiliza periódico y TV, el 13% imprime brochuor.

El 8% ofertas de temporada otro 8% utiliza TV y radio la feria de la asociación de fabricantes de muebles la utiliza el 5%.

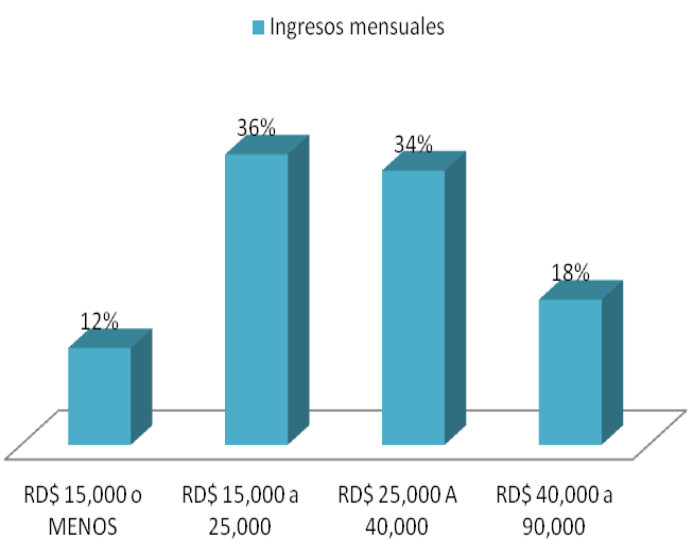
Es preciso destacar que el 3% de las empresas comercializadoras utiliza las redes sociales.

3.3 Consumidor Final

Compra usted muebles de fabricación local?



En los consumidores consultados, es muy obvia la disposición de los consumidores finales para la compra de muebles de fabricación local, el 94% indicó que compra muebles de fabricación local, y el restante 6% manifestó no adquiere muebles de fabricación local.
No obstante debemos tomar en consideración que no hubo una estratificación para la selección de los entrevistados.



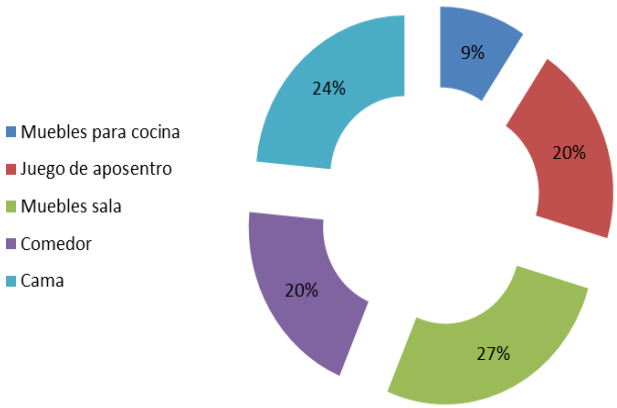
El 36% de los consumidores consultados respondió que tenía unos ingresos entre 15 mil y 25 mil pesos al mes.

El 34% indicó que tenía ingresos entre 25 mil y 40 mil pesos.

El 18% informó que tenía ingresos entre 40 mil y 90 mil pesos.

Solo el 12% dijo que tiene ingresos entre 15 mil o menos.

Qué tipo de muebles suele comprar?



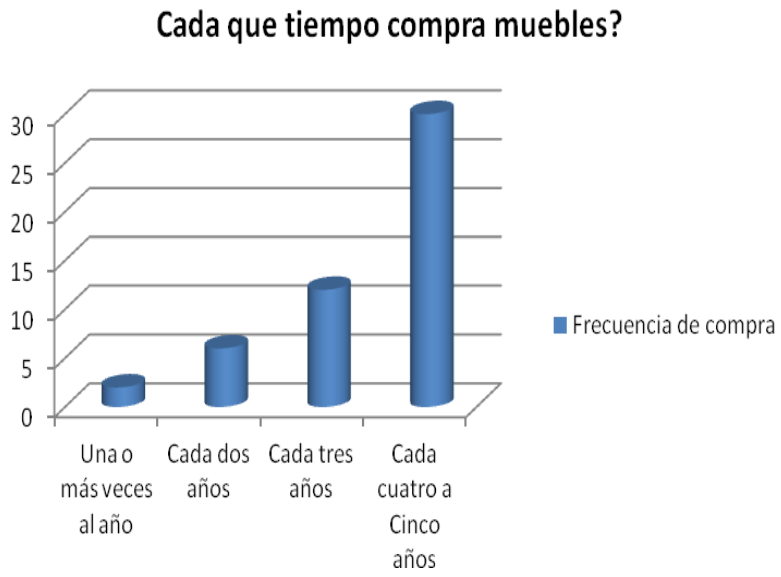
En la siguiente gráfica se observa que entre los consultados hay cierto equilibrio entre los tipos de muebles que suelen comprar.

El 27% dijo que suele comprar muebles de sala.

El 24% expresó que compran muebles de cocina.

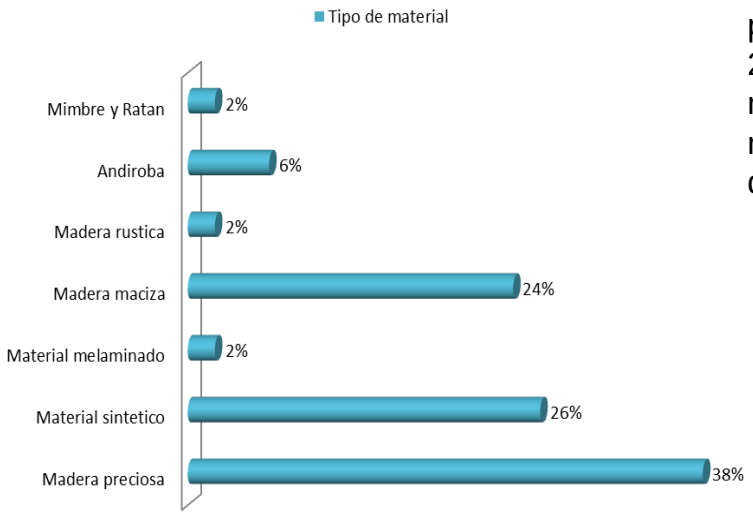
El 20% indicó que compra comedores.

Otro 20% juegos de aposentos y 9% suele comprar cama o colchones.



El 60% de los consumidores entrevistados dijo que compra muebles entre cuatro y cinco años, el 24% adquiere cada tres años, el 12% cada dos años y el 4% cada un año. Con estos datos podríamos inferir que el ciclo de rotación de los muebles en su mayoría es entre 4 y cinco años.

Qué tipo de materiales prefiere para los muebles?



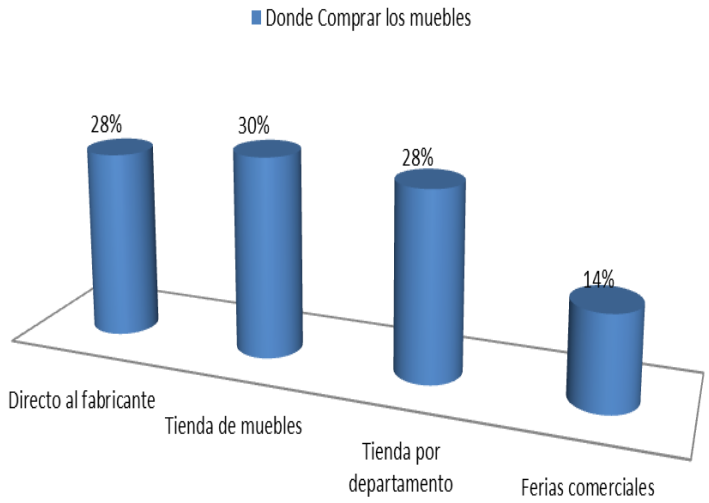
38% de los consultados prefieren muebles con madera expuestas preciosas para la en sus muebles, el 26% indico que prefiere muebles de material sintético y el 24% prefiere muebles de madera maciza, el 6% indica que prefiere de la madera de andiroba.

En orden de importancia qué valoración le da a los siguientes elementos, al comprar muebles?

La calidad, el diseño y el precio son las variables de alta valoración para la decisión de compra, con valoraciones de 35%, 33% y 32% respectivamente.

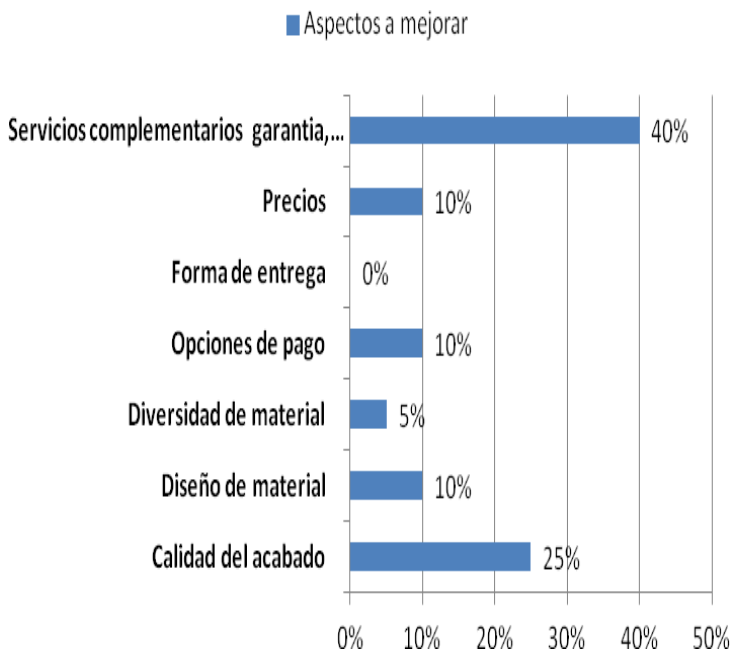
La garantía y el prestigio del proveedor solo representan un 1% cada una.

Donde compra usted sus muebles?



El 30% de los consultados señaló que prefiere comprar los muebles en tiendas de muebles especializadas, un 28% indico que prefiere comprarlo en tienda por departamentos.

Otro 28% prefiere al fabricante un 14% en ferias comerciales. Como se observa las preferencias de los lugares donde adquirir están equilibradas.



El 40% entiende que el sector de mueble debe mejorar los servicios complementarios.

El 25% piensa que se debe mejorar la calidad del acabado.

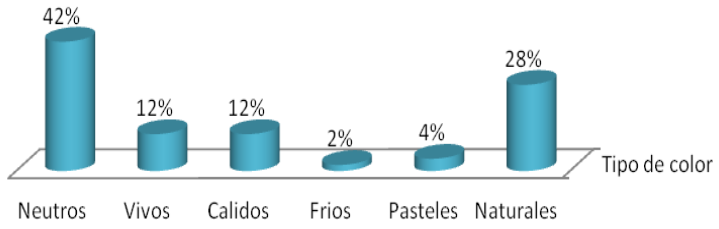
El 10% defiende mejorar el precio.

10% piensa que se debe mejorar el diseño y la variedad de los materiales.

El 10% menciono que se deben mejorar las opciones de pago.

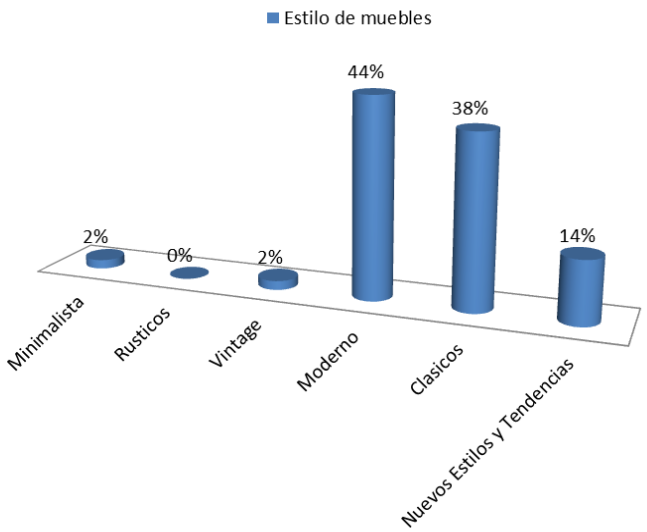
Los clientes entienden en alto grado que los diseños son repetitivos.

Qué tipo de color prefiere a la hora de comprar un mueble?



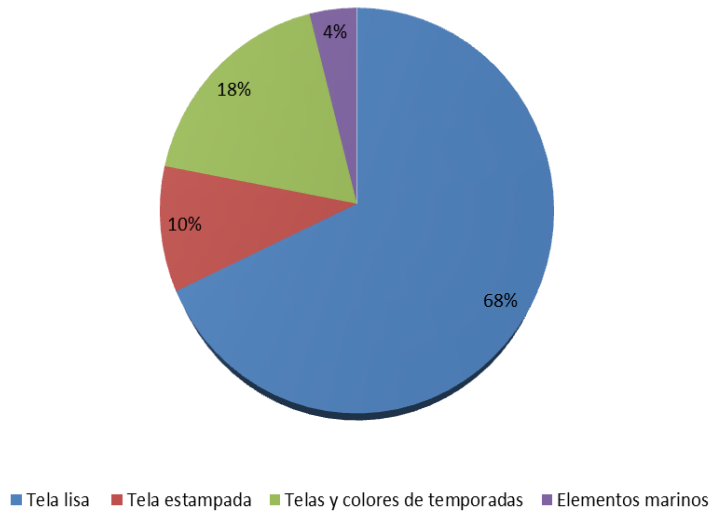
Sobre el color preferido el 42% indicó que le gusta los colores neutros, el 28% los colores naturales de la madera, el prefiere los colores vivos y cálidos, los colores pasteles y fríos prefieren en 2% y 4% respectivamente.

Que estilo de muebles prefieres?



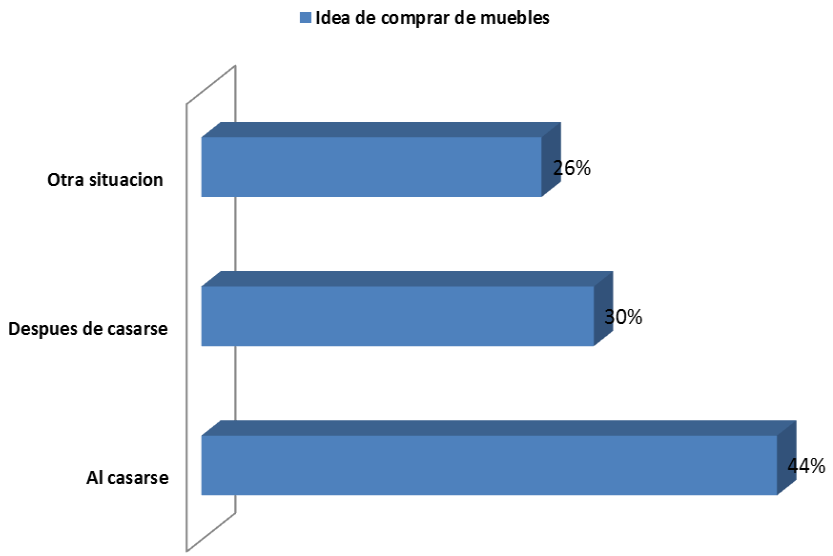
El 44% de los consumidores consultados indica que se inclina por los muebles con estilo moderno, el 38% estilo clásico, el 14% los prefiere nuevos estilos mientras que el 2% los prefiere minimalistas, otro 2% prefiere el estilo vintage. Podemos concluir que los consumidores finales están en la disposición de recibir estilos diferentes a los ya establecidos.

Tipos de tapizado le gustaría que se utilizara?



Sobre los tapizados a utilizar el 68% indica que le gustaría que utilizaran telas lisas, el 18% señaló que se utilicen telas y colores de temporadas, el 10% le gustan las telas estampadas y apenas un 4% prefiere elementos marinos.

Cuándo surgió la idea de comprar muebles del hogar? .

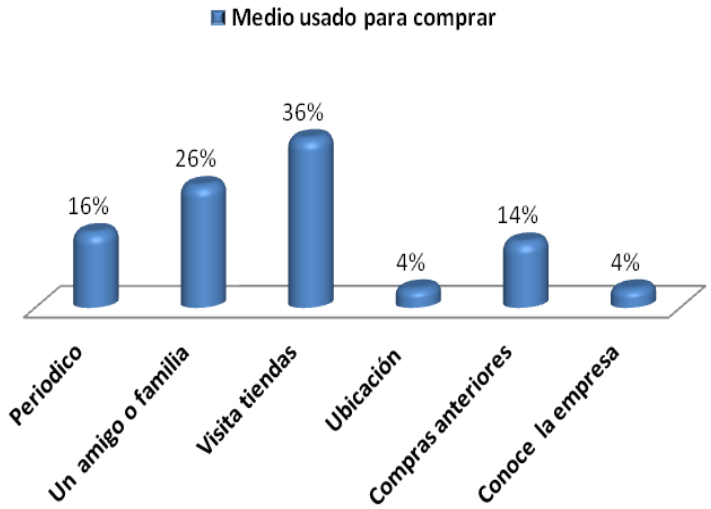


Sobre la idea de comprar muebles tenemos que el 44% fue al momento de casarse, el 30 luego de casarse o sea por reposición y un 26% por otras razones en las que están:

Cambiar muebles, independizarse, encontrar una oportunidad de venta.

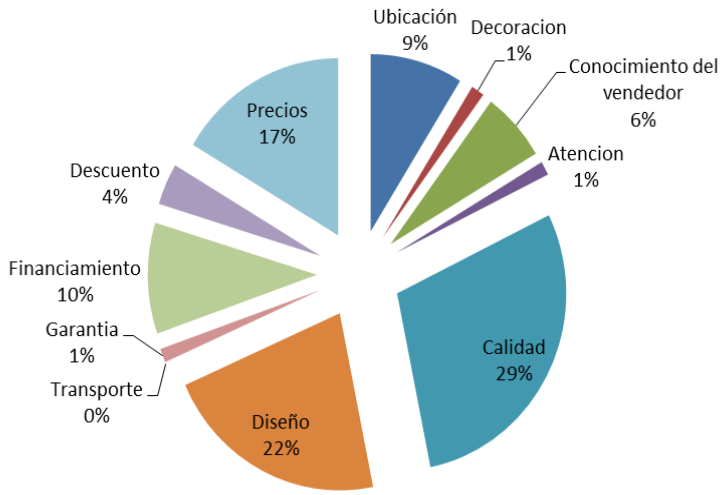
Este dato tiene relevancia ya que se podrían definir las estrategias de ventas para cada uno de esas situaciones señaladas y enfocar una estrategia de diferenciación al segmento de jóvenes en edades de casarse

Cuando decidió comprar sus muebles en medio de búsqueda de información se basó?



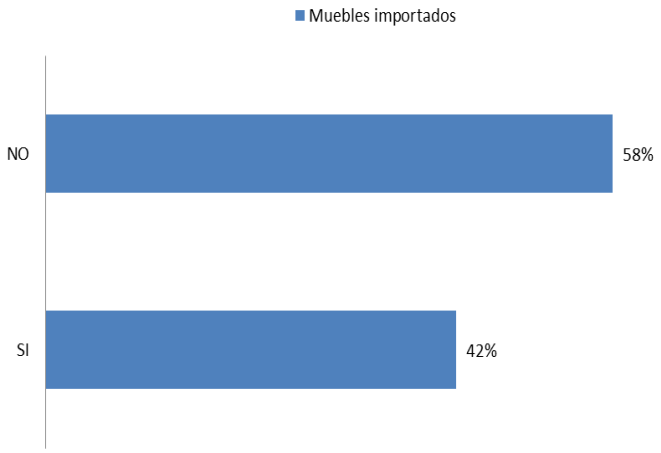
Los consumidores consultados manifestaron que para comprar sus productos un 36% visito tiendas de ventas de muebles, un 26% pregunto a un amigo o familiar, un 16% miro el periódico, un 14% por las experiencias en compras anteriores y solo un 4% respondió que su decisión respondió a la ubicación o a que conoce la empresa respectivamente.

¿Cuáles de las siguientes variables lo motivaron para comprar sus muebles en esta empresa?



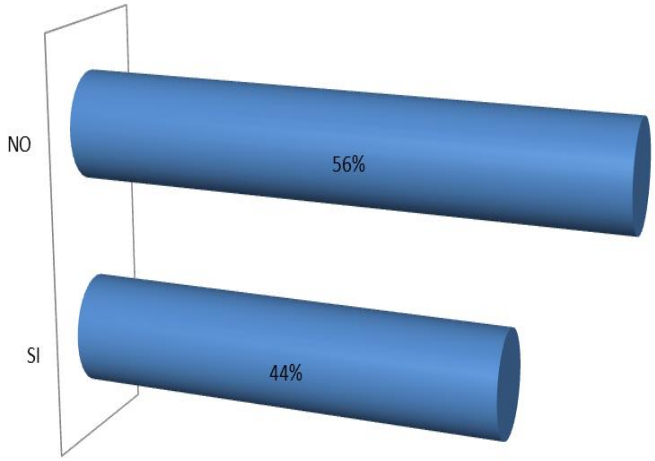
Como se observa en el cuatro las variables de calidad, diseño y precio con 29%, 22% y 17% respectivamente son las que motiva la decisión de compra. El financiamiento con un 10% y la ubicación con un 9% y el conocimiento del vendedor aunque con menos peso en la decisión de compra, no deben dejarse de lado.

Ha comprado usted muebles importados?



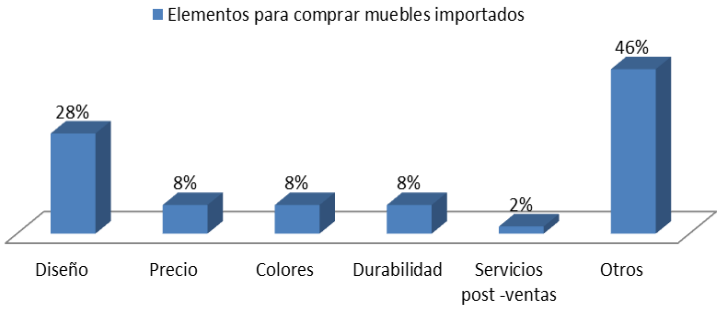
Una parte importante, el 42%, de los consumidores entrevistados ha adquirido muebles importados, el restante 58% no ha comprado muebles importados, esto aún le brinda una ligera ventaja al mercado local en cuanto a las preferencias de mercado.

Tiene usted preferencia por los muebles importados?



De los consumidores entrevistados, el 44% se inclina por los muebles importados, sin embargo la variable precio inclina el consumo hacia el mueble de fabricación local, donde el 56% no prefiere los muebles importados debido esto, a que los precios locales son más asequibles.

Cuáles elementos usted toma en cuenta para comprar muebles importados?



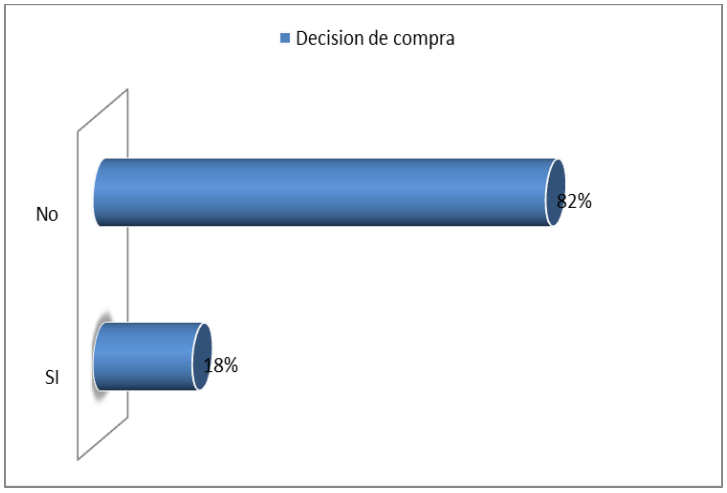
La calidad y el diseño son valorados con un 46% y 28% respectivamente, son las variables más relevantes para la compra cuando se trata de comparar con muebles importados.

Los precios y los colores tienen menos ponderación.

La durabilidad no refleja tanta importancia (8%), esto es revelador porque una creencia entre los defensores de la producción local es que los muebles locales son duraderos y que esto es importante en nuestros consumidores.

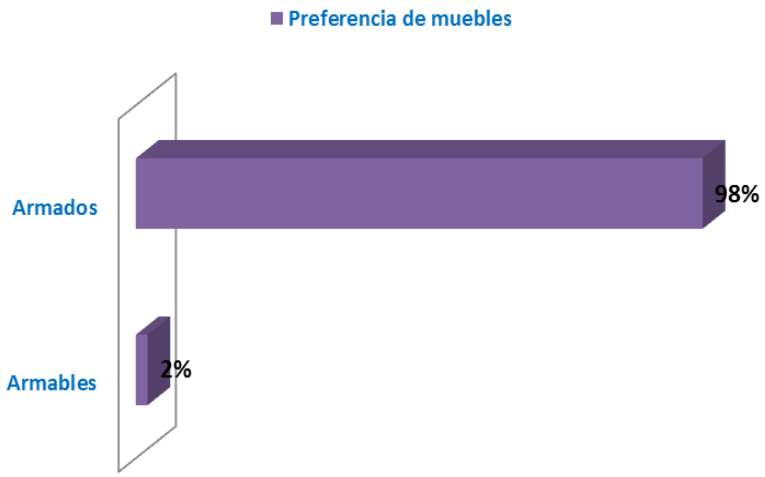
Por lo anterior se puede inferir que los consumidores demandan más la calidad que el diseño, visto esto en las respuestas obtenidas en la variable otros en los reportes tabulados.

Influye en su decisión de compra el peso de los muebles? Si es si, Explique porque?



Existe una creencia de que cuanto más pesado es el mueble tiene mayor calidad, no obstante, en el grupo de los entrevistados para este estudio tenemos que 82% no tienen esa creencia, por lo que esto no se debe utilizar para vender las bondades del mueble nacional.

Al momento de elegir sus muebles, prefiere muebles armables o ya armados?



Al consultar a los consumidores finales sobre su decisión de comprar muebles armados y muebles desarmados, prácticamente en su totalidad, los consumidores prefieren los muebles ya armados, esto podría explotarse como ventaja antes los muebles importados, ya que muchos de ellos hay que armarlos. Sin embargo este es un elemento importante a la hora de exportar.

Recomendaciones de los consumidores al sector local de muebles

Para tener una dimensión más amplia en el estudio sobre el sector del mueble; se solicitó a los consumidores que desde su punto de vista cuales serían sus recomendaciones al sector para mejorar el posicionamiento (transcriptas textualmente fueron expresadas)

1. Que hagan Variedad 2. fabricar muebles de calidad y terminación 3. Mejorar Calidad 4. Innovar 5. Variar Diseño 6. Que tengan imaginación 7. Madera de calidad 8. Que varíen los diseños 9. Dar mejor terminación 10. Fabricar diversos muebles 11. Que tengan Terminación\ 12. Mantener la calidad	13. Que bajen los precios 14. Precios acorde con el consumidor 15. Mayor calidad, Garantía y confortable 16. Usar piel de calidad, vinil de calidad, tela de calidad 17. No decir que venden caoba por andiroba 18. Le venden gato por liebre, si es andiroba dicen que es caoba 19. Enfocarse en la calidad menos en el precio 20. Mejorar el tamaño para diferentes casas 21. Más modernos, más versátil 22. Modernizar la madera 23. Que hagan los muebles de mejor calidad

IV. Resultados de las entrevistas aplicadas a informantes claves.

4.1 Resultados de la entrevista a La Nacional

En la entrevista con Maricarmen Attias, Gerente de Ventas y Leticia Mercedes, Encargada de Diseños, ambas hicieron referencia a que el tipo de muebles que más se vende son los tapizados locales de todas las líneas de salas. Modernos y tradicionales. Predomina el tapizado.

Esta empresa está enfocada a un segmento medio alto, que compite con muebles importados. La competencia es 50 a 50 y en ferias se venden más los muebles que se fabrican localmente. Esta realidad guarda relación con lo expuesto por los comercializadores que la oferta de muebles es 50% local 50% muebles de importacion.

En cuento a los precios, estas expertas manifestaron que estos influyen en la decisión de compra, al ser menor el precio del mueble local permite balancear la competencia. Para este segmento existe una amplia diversidad de telas y combinaciones. Dentro de estas está el vinil liso y decorativo, la microfibra. Toperoles, botones, cintas, materiales de primera calidad. Esta empresa solo trabaja con pino tratado y curado, en ocasiones mejores que los importados cuando se trata de muebles asiáticos.

Desde su experiencia hicieron referencia al tipo de muebles que la gente joven está comprando y aseguraron que influye de manera directa la TV, el internet, las revistas sociales, la gente quiere lo que ve en las películas, los jóvenes buscan en internet el prototipo de revistas según lo que se ve en el entorno que sea más contemporáneo.

La gente joven compra mueble moderno, pequeños, ligeros, económicos. Ahora estamos en la era de las telas, muebles menos rígidos, con toperoles y detalles.
Los colores predominantes son: gris, marrón, blanco, negro y rojo. Colores brillantes, turquesa, fucsia para piezas específicas y acentos de los espacios.

La gerente de diseños aseguro que para los apartamentos, el tipo de muebles que prefieren los consumidores son pequeños a corde con las estructuras que se están construyendo, muebles económicos y modernos.

Sobre los estilos que se están vendiendo predominan, los modernos y vanguardistas, poco tradicionales aunque se mantiene el público que compra muebles tradicionales. Debido al tipo de muebles que fabrican y el mercado que atienden, sus muebles son para un nicho menos explotado, que es la clase media.

Destacaron como elementos necesarios para producir muebles acorde con las tendencias del mercado, los toperoles, botones, accesorios, elegir el diseño correcto, con la tela correcta y los acentos de acuerdo a la tendencia. Predomina mucho el elemento visual. La comodidad impresiona al consumidor, aunque el mueble no sea tan elegante.

Recomendaron estar pendiente de las tendencias del mercado, muy pendiente a la calidad, cambiar a las tendencias actuales. La mucha madera expuesta ya no se usa, confeccionar muebles más ligeros, desarmables para la exportación, contar con una terminación de primera y seguir la tendencia de los mercados externos.

En cuanto a los colores que marcan la tendencia en este momento, ambas consultadas sostuvieron que hay preferencia por colores de madera en tonos oscuros como wenge para muebles contemporáneos; para muebles más tradicionales, caoba, rojizo, teca; los colores vibrantes y variados son fabricados para pedidos muy personalizados.

Con relación a los tipos de telas para muebles, tanto de madera como tapizados que marcan la tendencia, ambas entrevistadas hicieron referencia al vinil liso. Dijeron que la gente quiere vinil por fácil de limpiar y piensa que es más duradero, la gente ve el vinil como moderno, se usa las combinaciones de vinil con tela, vinil con madera, vinil con cojines sueltos.

La gerente de ventas recomendó salir y ver qué es lo actual y contemporáneo para definir el producto acorde a estas realidades.

En lo que respecta al colchón y a la calidad y los preferidos por los clientes, afirmaron que la gente prefiere el colchón importado, pero se ajusta al colchón local de calidad por el precio. Además aseguraron que la gente confía mucho en la calidad del colchón que se fabrica localmente, reconocen tener competencias directas con bastante calidad y que nadie quiere un colchón usado dentro de este segmento.

En cuanto a las telas para colchones, el tipo que prefieren los consumidores es Pike y tela de puntos, pasado de moda el damasco y la tela Nick. Indicaron que el fabricante debe incursionar en nuevos diseños y nuevos materiales para mantener la demanda

4.2 Resultados de la entrevista a Muebles Roa Industrial

Este cliente es fabricante de cocinas modulares.

La persona entrevistada fue el Sr. Juan Roa, encargado de producción y conocedor del mercado por mucho tiempo, quien según su punto de vista, indicó que los muebles que más se venden son los importados, por experiencias con distribuidores importantes como La Nacional y por cifras de importación, por la exhibición y volúmenes. Indico que actualmente en el mercado existen más de 70 marcas de cocinas modulares, lo que representa una altísima competencia al tipo de muebles que fabrica.

Desde su experiencia aseguró que los muebles que la gente joven está comprando corresponden al modelo hidrófugo, es decir más resistentes al agua, lo que aumenta un poco el costo, aun así los precios de mercado siguen siendo menores que los precios de los productos importados.

Aseguro que los consumidores que viven en apartamentos prefieren muebles pintados de colores, combinaciones de colores y estilos modernos. Indicó que los estilos más vendidos son los muebles modernos y que la demanda se inclina a la fabricación local por el precio aunque reconoce la poca existencia de estilos modernos.

Dentro de sus marcas más vendidas están las líneas Contempo y Meka. En cuanto a los elementos necesarios para producir muebles acorde con las tendencias del mercado, especificó que gira en torno a los nuevos tiempos, a cosas diferentes en términos de oferta, diseños y comercialización, de debe renovar la oferta y salir a desarrollar el mercado, incluir herrajes, técnicas de pinturas, terminación y diseños.

Recomendó, salir a visitar el mercado en toda su extensión. Asimismo, se refirió a los colores que marcan tendencia en este momento, como a colores de madera: Blanco color bengue, gris, técnicas de pinturas sobre la madera combinando materiales nuevos como las patinas, glasiadores, pinturas de poliuretano para terminación. Destacó el gris y el blanco son muy demandados en cocina modular.

No opinó respecto al colchón, ya que no está dentro de los productos que comercializa.

4.3 Resultados de la entrevista a Rattan Dominicano

En la entrevista con Porfirio Peralta, Propietario de Rattan Dominicano, dijo que los muebles importados se venden más, por experiencias con distribuidores importantes como La Nacional y por cifras de importación, por la exhibición y volúmenes. Entiende que en el sector de muebles en República Dominicana, los fabricantes grandes son pocos y que la mayor parte del sector está representada por fabricantes muy pequeños.

Señaló que la gente joven está comprando muebles de producción ligera, livianos y pequeños. Existe una relación muy estrecha entre los apartamentos que se están construyendo y el poder adquisitivo de la gente joven, por tanto, indicó que los consumidores para apartamentos prefieren muebles modernos, minimalistas, ligeros y pequeños. Peralta, señaló que los muebles más vendidos son los muebles con estilos modernos y la demanda cuando se inclina a muebles importados es por falta de estilos modernos en la fabricación local.

En cuanto a los elementos que son necesarios para producir muebles acorde con las tendencias del mercado, dijo que se debe incorporar materiales nuevos como enchapados, melanina, pinturas con técnicas modernas y telas que las hay de diversos diseños y colores en el mercado local aunque cueste un poco más.

Recomendó salir a visitar el mercado para ver con quien se está compitiendo, buscar asesorías de profesionales tanto para diseños de estructura como el manejo de

interiores, elaborar catálogos de productos, buscar asesoría de mercadeo de sus productos, conocer sus costos, diseñar nuevas líneas de productos y mercadear con estrategias que garanticen la conquista de nuevos mercados.

Respecto a los colores que marcan la tendencia en este momento, señaló el blanco color bengue, técnicas de pinturas sobre la madera combinando materiales nuevos para terminación. En esta empresa se encontró técnicas de color interesantes en la madera que le permiten obtener un producto más moderno y a la altura de los mercados internacionales.

Recomendó que el fabricante de muebles debe incursionar en nuevos diseños y nuevos materiales, buscar asesoría profesional para dar el cambio que requiere para ponerse a tono con el mercado, salir y ver con quien compite, organizar internamente su empresa y sobre todo estar dispuesto como dueño a cambiar.

En cuanto a los tipos de telas para muebles, tanto de madera como tapizados, que marcan la tendencia, dijo que hay suficientes variedades de telas y que se deben seleccionar las menos comunes en el mercado e identificar nuevos suplidores de telas.

Además, hay que trabajar la diferenciación de los productos. Expresó que los colores de telas que predominan son colores cremas, tropicales, en tela de cambas y chenil, también importantizo el diseño de la tela más que el tipo de tela.

Por otro lado, en cuanto a la calidad del colchón, que prefieren los clientes, aseguró que los colchones de calidad fabricados aquí, el colchón local es de muy buena calidad, por lo que las representaciones internacionales cubren bien el mercado. Respecto a las telas para colchones prefieren Yacar, Matasen, Algodón, Nick, entre otras.

V. Análisis General de los Resultados

Existen similitudes y diferencias en algunos puntos de vistas entre fabricantes y comercializadores respecto de temas de alto interés y que tienen incidencia directa al producto y la precepción del consumidor. A continuación se analizan estas diferencias y similitudes de opinión.

Según los datos arrojados por los fabricantes consultados en la zona Este del país, la mayor concentración de fabricación está en muebles de cocina, sin embargo cuando se consultó a empresas fabricantes más grande y que atienden mercado de exportación, se pudo contactar que a nivel del sector, la fabricación está dominada por muebles de salas, dormitorios, juegos de comedor y colchones, datos que guardan relación con las opiniones de los comercializadores.

Tanto los fabricantes pequeños como los más representativos del sector coinciden en que la madera de pino es la más usada, seguida de la caoba y la andiroba y no se tiene confianza en la acacia.

El 61% de los fabricantes consideraron que sus clientes son de extracto económicos medios, la misma opinión se encontró en fabricantes que tienen productos que compiten con la oferta importada y que ven en el sector la clase media y media alta como nichos menos explotados, razón por la cual atienden ese mercado.

El 38% de los fabricantes opinaron que sus clientes aprecian la calidad de sus productos como primer elemento a evaluar, por otro lado las empresas que lideran el mercado, entienden que sus clientes valoran las tendencias, los diseños, estilos y materiales en los muebles con calidad a la hora de tomar la decisión de compras, lo que le da al clúster de muebles información relevante para enfocar la estrategia de productos.

Los talleres más pequeños no exportan y tienen muy baja participación del mercado local de muebles a nivel de los distribuidores, lo que no ocurre con las empresas que tienen estilos y diseños modernos y que si exportan con relaciones de negocios con Puerto Rico y las islas del caribe.

Los fabricantes más pequeños entienden que para producir más sector necesitan ampliar la participación del mercado, por otro lado las los dueños de empresas más desarrolladas entienden que para producir más se debe velar por los costos, mejorar los procesos de fabricación, analizar la competencia, incorporar nuevos materiales, obtener asesoría de mercados y salir fuera a ver lo que se está vendiendo.

Los informantes Cleves del sector, que representan empresas con producción más alta y mercados de exportación, coinciden con los comercializadores de muebles, en que la oferta local mantiene precios por debajo de la oferta importada, lo que permite al sector re enfocarse y ser más competitivo.

Tanto los fabricantes que atienden al mercado medio y medio alto y los comercializadores coinciden en que el mueble tapizado domina el mercado en los gustos y preferencias del consumidor.

Es muy obvia, la disposición de los consumidores finales para la adquisición de muebles de fabricación local, casi la totalidad planteó que ha comprado muebles locales.

De los productores encuestados solo los pertenecientes al mercado medio y medio alto coinciden con los comercializadores en que las tendencias de mercado es el valor más importante, esta realidad permite al clúster, seguir las tendencias para sensibilizar a los comercializadores con nuevos estilos y diseñes, realizar transferencia de conocimientos a los talleres menos desarrollados del sector que son la mayoría y ofrecer a los consumidores productos innovados.

Visto las opiniones de los consumidores entrevistados se advierte una correlación entre las variables que motivan la compra, específicamente calidad y diseño y estas mismas variables los consumidores las distinguen en los muebles importados. Esta apreciación pudiera representar una amenaza para las preferencias del mueble de fabricación local y se pudiera minimizar su impacto con la mejora de los diseños que incluya textura, telas, colores, espacios y materiales innovadores.

Dentro de la profundidad de líneas de productos del sector, los muebles con más consumo son los juegos de sala, los juegos de habitación y juegos de comedor seguidos de los colchones y muebles de dormitorio, los demás muebles se manejan dentro de un nivel de preferencia con más similitudes.

El tiempo de compra de muebles en los consumidores consultados está entre 3 y 5 años y los consumidores los adquieren al tiempo de casarse, por reposición de muebles y otros por oportunidad de compra.

La oferta local de muebles de las empresas que manejan sus procesos de producción y tienen un enfoque de mercado tanto local como del mercado internacional, están fabricando muebles modernos y vanguardistas. Cabe señalar que el sector tiene capacidades y experiencias en la fabricación de muebles con estilos y materiales que permiten una oferta competitiva.

Esta realidad le confiere la responsabilidad al clúster de reunir a los líderes del sector evaluar sus mejores prácticas para replicar en el sector y lograr un clúster de muebles dominicano más fortalecido.

VI. Oportunidades de Negocios

a) El clúster debe considerar las tendencias de mercado como elemento clave para definir la mezcla de producto, para este caso particular enfocarse en materiales, diseños, telas y piezas pre fabricadas, disponibles en mercados externo y que estos sirvan de modelo para rediseño de la mezcla de productos.

b) Participar de ferias internacionales de nichos y tendencias donde se exhiben líneas de productos con nuevos diseños orientados a un público más joven, personas solteras, nuevos estilos de vida y grupos sociales.

c) Aprovechar el aprendizaje acumulado en empresas más desarrolladas del clúster y guiar a los talleres menos avanzados en la renovación tanto de sus procesos como de sus estilos, diseños, materiales y elementos innovados.

d) El clúster tiene la oportunidad de desarrollar programas de apoyo a la gestión empresarial de los talleres, a fin de que conozcan sus costos, los rendimientos de los materiales y aumenten así la oportunidad de hacer mejores negocios.

e) Definir una estrategia nacional de renovación de la oferta existente inducida a revalorar el mueble de fabricación local por su calidad, y variedad en diseños y estilos, colores y materiales disponibles para el sector.

f) Participar en ferias internacionales de componentes y maquinarias para la industria del mueble y traer productos semi terminados, componentes, y accesorios de manera que se puedan transferir a los fabricantes. Una feria interesante es la feria **SICAM Pordenone**, en Italia. En esta feria se realiza presentación de expositores internacionales de los últimos productos y tendencias en la industria. Debido a su diversidad, esta exposición es una plataforma ideal para los fabricantes y proveedores del sector de muebles.

g) El organizador de este evento es: Expo SICAM Srl, Dirección: Vía Carducci 12, 20123 Milán, Italia, Tel: +39 (0)2 72194452, Fax: +39 (0)2 72095158.

h) Otra feria importante a nivel internacional es la **Feria Hábitat Valencia 2016,** que integra todos los elementos del hábitat para el hogar e instalaciones; mobiliario, iluminación, decoración, textiles para el hogar, cocina. Además Hábitat Valencia 2016 convoca la decimocuarta edición del Salón NUDE, la plataforma más relevante del nuevo diseño del hábitat.

i) Fundamentar la estrategia de marketing en función de los tipos de clientes y analizar para para segmento del mercado la estrategia adecuada, desde el portafolio de productos, promoción y publicidad, canales de comercialización a fin de llegar a cada segmento con productos acorde a su estilo de vida, poder adquisitivo y preferencias de mercado

Tipo de clientes	Estrategia	Portafolio de producto	Política de precio	Publicidad	Canales de distribución
Clientes Actuales	Sostenimiento, reconquista y consolidación (reposición)	Portafolio actual mejorada la calidad del acabado	Promoción por temporada	Ferias	Tiendas Tradicionales Acuerdos para promociones/afiliación
Clientes potenciales	Conquista de clientes con nuevos estilos, nuevos detalles	Actualización de diseños y de portafolio de productos	Precios competitivos Política de financiamiento	Catalogo, redes sociales Ferias, revistas, brochure	Directo Fabricantes Acuerdos para promociones/afiliación
Nuevos clientes (segmento joven)	Conquista, incentivos a la primera compra. Acuerdos con empresas del sector de la construcción, planeadores de bodas, ect.	Tendencias de mercados en revistas, Internet, Opinión de expertos, arquitectos. Ferias internacionales	Precios competitivos Política de financiamiento Diseños novedoso a preciso asequibles	Catálogo en redes sociales Ferias. Anuncios en revistas de nichos. Programas promocionales	Directo Fabricantes Acuerdos para promociones/afiliación. Presentación de los muebles en el punto de ventas. Oferta virtual y páginas web

VII. Anexos.

6.1 Comparación grafica de la oferta local frente a la competencia de oferta importada

a) Muebles de Fabricación local, talleres pequeños que representan la mayor cantidad de empresas en el sector.

b) Muebles Importados, representados localmente

c) Muebles fabricación local empresas más desarrolladas

d) Desarrollo de nuevos productos en el área de colchones. Representación marcas extranjeras.

e) Mueble de fabricación local para el mercado interno y de exportación (Puerto Rico)

f) Productos de fabricación local para el mercado interno y de exportación

g) Cocinas modulares