

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo
UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR POST PANDEMIA
CON RELACIÓN A LOS MUEBLES FABRICADOS EN
MELAMINA EN LOS CANTONES DE AZOGUES, BIBLIÁN Y
CAÑAR
TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

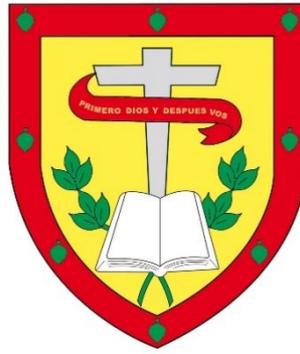
AUTOR: CHRISTIAN DAVID CUJI CUJI

DIRECTOR: CPA. MANUEL RAFAEL QUEVEDO BARROS, MCA.

AZOGUES - ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR POST PANDEMIA
CON RELACIÓN A LOS MUEBLES FABRICADOS EN
MELAMINA EN LOS CANTONES DE AZOGUES, BIBLIÁN Y
CAÑAR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

AUTOR: CHRISTIAN DAVID CUJI CUJI

DIRECTOR: CPA. MANUEL RAFAEL QUEVEDO BARROS, MCA.

AZOGUES - ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Christian David Cuji Cuji portador(a) de la cédula de ciudadanía N° 0150684868. Declaro ser el autor de la obra: “**El comportamiento del consumidor post pandemia con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Azogues, Biblián y Cañar**”, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Azogues, 18 de mayo del 2022

F: *Christian Cuji*

Christian David Cuji Cuji

C.I. 0150684868

Azogues, 18 de mayo de 2022

Asunto: Entrega de trabajo de titulación

Señor Ingeniero
Xavier Mantilla Crespo, MBA.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CAMPUS AZOGUES**
Ciudad. -

CC: Ing. Ramiro González Rodríguez, MBA.

De mi consideración:

Con un cordial saludo me dirijo a usted para hacer la entrega formal del trabajo de titulación final sobre el Tema: **“El comportamiento del consumidor post pandemia con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Azogues, Biblián y Cañar”** de autoría del estudiante Sr. Christian David Cuji Cuji en los formatos indicados por la Unidad de Titulación, así como también la Rúbrica de calificación del trabajo escrito sobre 50 puntos.

De la misma manera debo informar que tras el informe emitido por el par ciego donde el trabajo de titulación fue aprobado, se procedió con los informes de similitud para continuar con el debido proceso.

Particular que comunico para su conocimiento y fines.

Atentamente,



CPA. Manuel Quevedo Barros, MCA.
DOCENTE TUTOR

Agradecimientos

Primeramente, agradezco a Dios por haberme permitido una familia maravillosa que confió plenamente en mí, a mi tutor el Ing. Manuel Quevedo, CPA que sin su ayuda y conocimientos no hubiese sido posible realizar este proyecto. A mis docentes por su dedicación y sabiduría quienes se han esforzado en ayudarnos hasta el punto donde nos encontramos. A mi padre por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y constancia se consigue este y muchos objetivos en la vida. A mi madre por apoyarme y confiar en mis decisiones y estar plenamente pendiente de mí. A mi hermana y mi sobrino que con su paciencia y su amor me hacen llegar muy lejos. A mi novia que sin su apoyo no hubiese sido posible nada de esto.

Resumen

El uso de la melamina ha tenido un gran auge dentro de la industria de muebles, ya que, optimiza los procesos industriales de las empresas que se dedican a dicho negocio. La presente investigación tiene por objeto analizar el comportamiento del consumidor con relación a los muebles fabricados en melamina post pandemia en los cantones de Biblián, Azogues y Cañar. El aspecto metodológico responde a una investigación exploratoria y descriptiva con enfoque cuantitativo de eje transversal y no experimental de tipo no probabilístico. Para la recolección de información se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, aplicado a 382 habitantes de Biblián, Azogues y Cañar. Entre los resultados más relevantes se tiene que el 60% si ha comprado muebles en melamina de los cuales el 47% establece que lo realiza por la elegancia que la misma denota. El 52% expone que los muebles en melamina son mejores que los muebles tradicionales. Se concluye que los muebles fabricados en melamina poseen una gran aceptación dentro del mercado, debido a sus características únicas como es el caso de la elegancia, lo que revela una gran oportunidad de negocio en el presente sector.

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, COVID-19, Ecuador, melamina, muebles

Abstract

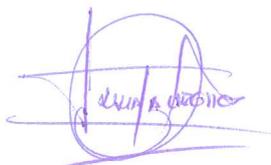
CUJI CUJI CHRISTIAN DAVID

The use of melamine has had a great boom in the furniture industry since it optimizes the industrial processes of companies engaged in this business. This research analyzed consumer behavior with furniture made from melamine in the post-pandemic time in Biblián, Azogues, and Cañar cantons. The methodological aspect responds to exploratory and descriptive study with a quantitative approach of transversal axis and non-experimental of non-probabilistic type. Information was collected by applying a survey and a questionnaire to 382 inhabitants from Biblián, Azogues, and Cañar. Among the most relevant results is that 60% purchased melamine furniture, and 47% said they bought it because of its elegance. 52% stated that melamine furniture is better than traditional furniture. In conclusion, melamine furniture has a great acceptance in the market due to its special characteristics, such as elegance, which reveals a great business opportunity in this sector.

Keywords: consumer behavior, Covid-19, Ecuador, melamine, furniture

Azogues, 25 de mayo de 2022

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO.



Abg. Liliana Urgilés Amoroso, Mgs.
COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS AZOGUES

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	8
Marco teórico	9
Comportamiento del consumidor	9
COVID-19	10
Muebles en melamina	11
Preferencia de los consumidores por muebles fabricados en melamina	11
Metodología	12
Población, marco muestral y muestra	13
Resultados	14
<i>Género</i>	14
<i>Cantón de residencia</i>	15
<i>Edad</i>	15
<i>Estado Civil</i>	16
<i>Ingresos</i>	16
<i>Comportamiento del consumidor</i>	17
<i>Gustos y Preferencias</i>	18
<i>Comportamiento del consumidor</i>	18
<i>Motivo de compra</i>	19
<i>Preferencia del consumidor</i>	20
<i>Cantidad de consumo en dólares</i>	20
Discusión	21
Conclusión	23
Referencias bibliográficas	24

El comportamiento del consumidor post pandemia con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Azogues, Biblián y Cañar

Introducción

Las empresas y organizaciones han evolucionado sus procesos productivos de forma continua debido a las grandes exigencias que los consumidores demandan al pasar de los años. Así también, la competencia se ha hecho presente en el mercado de forma rápida y competitiva, puesto que, la mayoría están utilizando las últimas tecnologías con el fin de optimizar los procesos productivos, para de esta manera mejorar su eficacia y rentabilidad.

De igual manera, con la llegada de la pandemia del COVID-19, todas las personas cambiaron sus estilos de vida y por ende sus gustos y preferencias, hecho que obligó a las empresas adaptarse de forma rápida a estas nuevas demandas.

Ante este hecho se vio la necesidad de estudiar cuál fue el cambio que se dio en los consumidores, frente a los muebles fabricados en melamina con el fin de conocer las nuevas demandas para futuros emprendimientos, así como también, para dar a conocer a las empresas que tan rentable es el giro de este negocio.

El presente estudio responderá a la situación problemática planteada: ¿Es posible determinar el comportamiento del consumidor con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Biblián, Azogues y Cañar?, la misma que se sujetará al objetivo de analizar el comportamiento del consumidor con relación a los muebles fabricados en melamina post pandemia en los cantones de Biblián, Azogues y Cañar.

En este aspecto, la investigación permitirá conocer los aspectos más relevantes del tema en cuestión con el fin de levantar el interés de los investigadores para la realización de futuros estudios.

MARCO TEÓRICO

Comportamiento del consumidor

Los individuos a lo largo de su existencia experimentan distintas necesidades, gustos y preferencias, por lo cual es de vital importancia conocer la evolución de los mismos a fin de conocer cada aspecto y estar preparados para el mismo.

Para dicho aspecto es necesario determinar el concepto general del comportamiento del consumidor, por ello, se cita a Santos (2020), quien expone que el comportamiento del consumidor se refiere a la conducta que los individuos presentan ante distintas situaciones, como por ejemplo, al adquirir algún producto o vivir una situación.

En el mismo contexto, Mercado et al., (2019), explica que el comportamiento del consumidor tiene que ver con aquellas actividades que las personas realizan al momento de adquirir ciertos productos o servicios, es decir, las influencias y los patrones que cada uno de ellos demuestra al momento de adquirir cierto bien, así como también, la influencia de los gustos, preferencias y necesidades.

Se recalca, que dichos patrones influyen directamente en la decisión de compra, no obstante, estos patrones están determinados por factores de motivación como las necesidades existentes y latentes, en el que se ve reflejado al finalizar la actividad de compra con la satisfacción que la misma percibe.

Este aspecto es muy importante para cada uno de los entes productivos de mercado, puesto que, permite conocer las nuevas necesidades y exigencias de los individuos, dicho aspecto creará un plus para la empresa y por ende incrementará la ventaja competitiva de la misma (Ortega-Vivanco, 2020).

COVID-19

La enfermedad del COVID-19 aparece por primera vez en la ciudad de Wuhan, China en diciembre de 2019, donde se identificó a un grupo de personas que padecían una fuerte neumonía con causas aparentemente desconocidas. La mayor parte de los infectados eran trabajadores del mercado mayorista de mariscos de esta ciudad. La enfermedad se esparció de forma acelerada hacia otros lugares, ocasionando lo que actualmente conocemos con la pandemia del COVID-19 (Perez et al., 2020).

El COVID-19 es una enfermedad originada por la familia del coronavirus, esta enfermedad produce un cuadro clínico desde lo más leve hasta lo más grave incluyendo síntomas tales como fiebre, fatiga, tos, pérdida del gusto y olfato y en el peor de los casos neumonía y se caracteriza por su alto grado de contagio (Acosta et al., 2020)

Luego de varios estudios realizados con el fin de determinar el portador de este nuevo virus se encontró un genoma similar en un mamífero denominado “el pangolín”, así como también, en los murciélagos quienes al parecer son los portadores intermediarios de este virus (Ramos, 2020).

La pandemia del COVID-19 no solo llegó a cambiar el comportamiento de las investigaciones científicas y la salud en general de las personas, sino que afectó de forma global a todos los ámbitos, generando un giro total en las economías mundiales, lo que obligó a las personas adaptarse de forma rápida a las nuevas condiciones de la sociedad, debido a las restricciones y medidas de bioseguridad que se implementaron con el fin de frenar la propagación de este virus (Maguiña, 2020).

Muebles en melamina

Los muebles en melamina se tratan de productos fabricados a base de planchas de melamina o MDF, los cuales pasan por ciertos procesos para obtener los productos finales que pueden ser escritorios, estantes, roperos, módulos de cómputo, entre otros (Morocho, 2019).

Estos son productos sustitutos de la madera, pues tiene la característica especial de ser recubierta por una lámina decorativa, que permite brindar un aspecto único y original a la madera común. Este tipo de material al ser un producto con un excelente acabado permite a las industrias de los muebles mejorar la eficiencia en su producción y por ende reducir sus costos y acelerar el proceso productivo (Barrantes, 2021).

De la misma manera, Arellano (2018), define que la melamina es un tablero aglomerado que está cubierto con resinas melamínicas, lo que permite mejorar el aspecto de estos productos y por ende la calidad de los mismos, además de ahorrar el tiempo de fabricación y otros aspectos similares.

Preferencia de los consumidores por muebles fabricados en melamina

De acuerdo a un estudio realizado en Lima, Perú para analizar la factibilidad de implementar una planta productora de muebles en melamina, se obtuvo que la mayoría de los clientes prefieren productos estándar, pues se representa por un porcentaje de 69,53%. Además, en el presente estudio se determina que el proyecto posee un mercado meta del 9%, lo cual está fundamentado en variables de rangos de edad (18 a 55 años), intención de compra (67,22%), intensidad de compra (50,15%) y preferencias de muebles estándar. Cabe destacar que también se tomó en cuenta el factor de durabilidad de 0,125 (frecuencia de compra al año) (Arenas, 2019).

En el mismo contexto, Sánchez et al., (2020), en su estudio realizado denominado “Comportamiento de la demanda de productos madereros. Análisis de la situación en Santiago del Estero” en Argentina, determina que el 59% de los encuestados adquiere muebles prefabricados y que el 42% de los mismos prefiere adquirir muebles fabricados en melamina debido al precio, calidad y durabilidad del mismo. Por lo que concluye que los muebles mayormente demandados son aquellos que se encuentran elaborados a base de melamina y que los aspectos más notables que el consumidor toma en cuenta al momento de adquirir su producto es la calidad, el precio y la durabilidad.

En la misma línea, Avendaño (2019), en su estudio realizado “La diferenciación como estrategia competitiva en la comercialización de muebles de melamina en la mype Tecnimodulos JF S.A.C. parque industrial de villa el Salvador año 2019” en Lima, Perú, demuestra que el 60% de los consumidores si están dispuestos a pagar un poco más para adquirir un producto de calidad fabricado en melamina. Además, se determinó que el 28% de los consumidores tienen una experiencia muy satisfactoria con este tipo de muebles, al igual que el 54% quienes establecen que están satisfechos con la calidad de estos muebles. Por otra parte, al estudiar el grado de importancia para los consumidores de poseer este tipo de muebles en sus hogares, se determinó que el 25% lo considera muy importante y un 50% importante.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue exploratorio y descriptivo con enfoque cuantitativo porque presenta datos traducidos en porcentajes, valores absolutos y relativos, tablas estadísticas comparadas en función de las categorías de estudio, es decir, las variables de investigación. La investigación fue transversal o transeccional porque se tomó en un solo momento la información de campo, se la tabula y se la interpreta. El estudio fue no

experimental porque el investigador no manipuló deliberadamente las variables, los resultados fueron expuestos tal y como se presentó el fenómeno.

La investigación fue no probabilística porque la información no corresponde a bases de datos obtenidas con metodología rigurosa que permita aleatoriamente la misma oportunidad de análisis a los sujetos de investigación. El sujeto de investigación fueron las personas que consumen muebles fabricados en melamina. Para la recogida de información se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario.

Población, marco muestral y muestra

La población es finita porque se parte con datos conocidos de la población segmento que representa un total de 59.875 habitantes, los mismos que están distribuidos: Azogues 28.758 habitantes; Biblián 8.141 habitantes y Cañar 22.886 habitantes.

El marco muestral se determina que los datos fueron obtenidos del informe de la secretaría nacional de Planificación, Gobierno Autónomo descentralizado de Cañar, PEA de la ciudad de Azogues, Biblián y Cañar.

Para conocer la muestra que se utilizó en este estudio, se procede a aplicar la fórmula respectiva que es:

$$n = \frac{Npq}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + pq}$$

Donde:

N= población finita (59875 habitantes)

p= proporción muestral de éxito (0,5)

q= proporción muestral de fracaso (1-0,5=0,5)

e= límite de error de estimación (0,05)

z= valor crítico (1,96)

Reemplazando los valores determinados, se obtiene el siguiente número de muestra.

$$n = \frac{59875 * 0,5 * 0,5}{(59875 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = 382$$

RESULTADOS

Una vez aplicado el instrumento de medición, la encuesta, al total de la muestra para el presente caso fue de 382, obteniendo los siguientes resultados; los mismos permitirán al investigador contar con información relevante para dar respuesta al presente estudio y consecuentemente para los demás interesados en general.

Figura 1

Género

Interpretación: Según las encuestas realizadas en los cantones de Azogues, Biblián y Cañar se obtiene que el 57% de los encuestados pertenecen al género femenino, mientras que el 43% restante son de género masculino

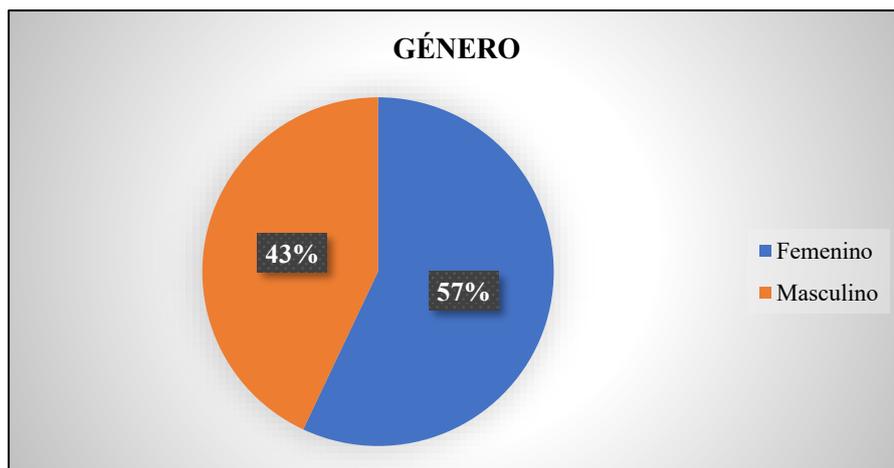


Figura N° 2

Cantón de residencia

Interpretación: En lo que respecta al lugar de residencia, se tiene que un 60% de los encuestados pertenece al cantón Azogues, el 38% al cantón Biblián y solamente un 2% reside en el cantón Cañar.

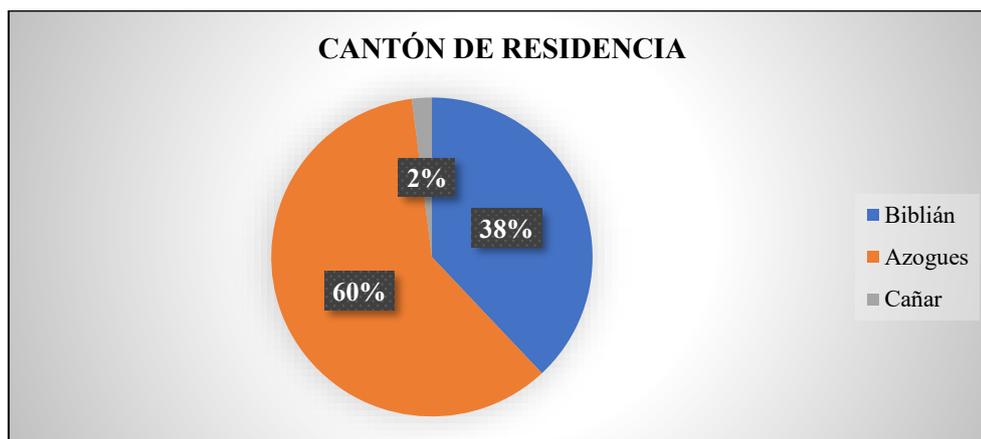


Figura N° 3

Edad

Interpretación: Para el caso de la variable edad se arroja que el 40% pertenece al intervalo de 18 a 28 años, seguido del 26% que pertenece a la edad de 29 a 39 años. Luego con un 24% la edad de 40 a 50 años y un 3% con la edad de 51 a 60 años. Cabe destacar que para el presente caso se obtuvo un porcentaje del 7%, en cuanto al intervalo de más del 61%.

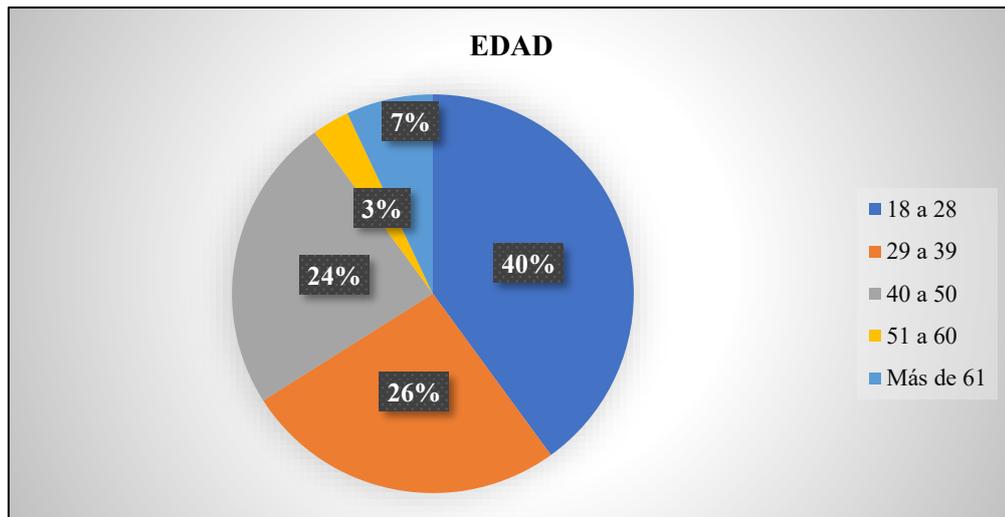


Figura N° 4

Estado Civil

Interpretación: En lo que respecta al estado civil se obtuvo que el 46% está soltero/a, seguido de un 36% que menciona que se encuentra casado/a. Así también, se obtuvo un porcentaje del 11% para el caso de divorciado/a y un 5% para unión libre.

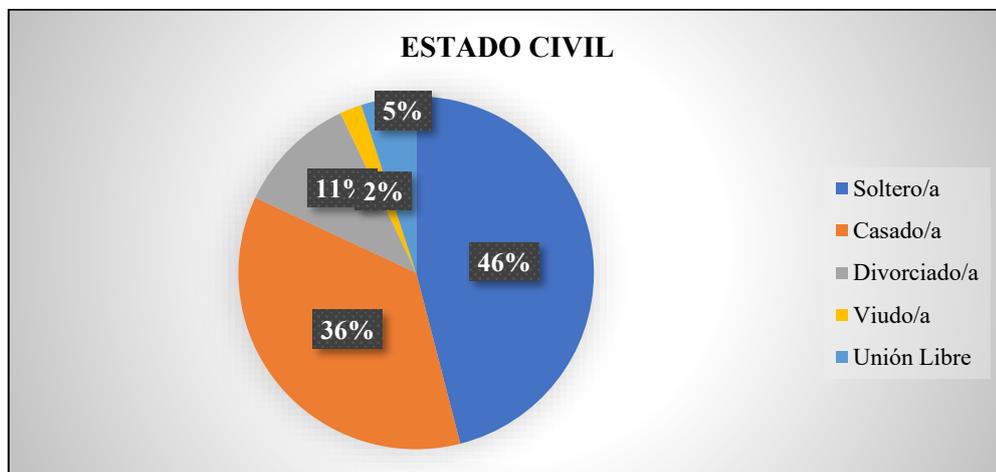


Figura N° 5

Ingresos

Interpretación: Luego de haber aplicado el instrumento de medición a la muestra representativa determinada en líneas anteriores se obtuvo que el 35% genera ingresos

familiares de 301 a 450 dólares, seguido de un porcentaje de 31% que genera ingresos de 100 a 300 dólares. No obstante, se obtiene también que el 17% genera ingresos de 451 a 600 dólares y más de 601 dólares respectivamente

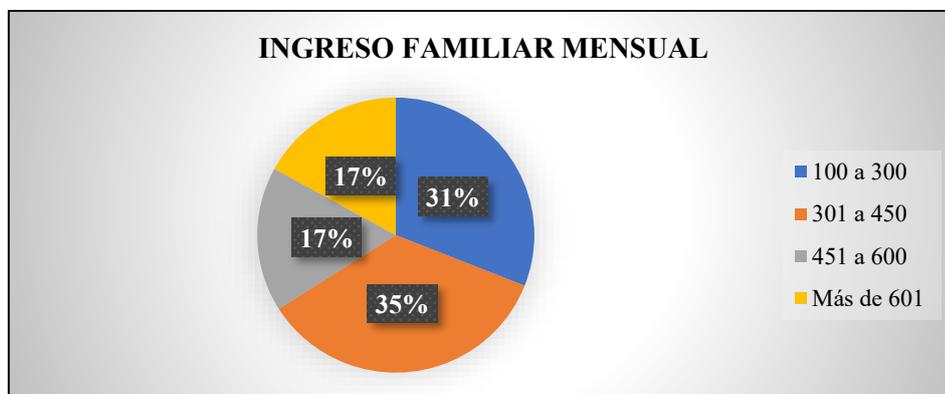


Figura N° 6

Comportamiento del consumidor

Interpretación: De acuerdo a la presente variable se obtiene que el 54% de los encuestados no ha realizado compras de muebles en los últimos dos años, aspecto que es muy relevante al presente estudio. Sin embargo, un porcentaje del 46% establece que, si lo ha realizado, lo que denota un comportamiento casi equilibrado de los sujetos de estudio en cuestión.

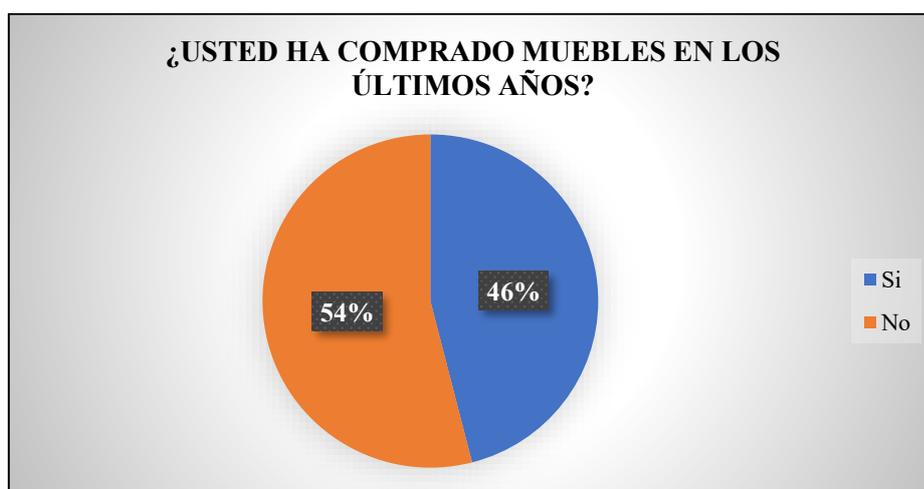


Figura N° 7

Gustos y Preferencias

Interpretación: Siguiendo la misma línea se tiene que del total de encuestados el 31% ha comprado escritorios, el 30% camas, el 24% armarios, el 21% estantes, el 11% veladores y el 5% muebles de cocina. Dicho aspecto permite conocer el movimiento de los consumidores en cuanto a las compras de muebles se trata.

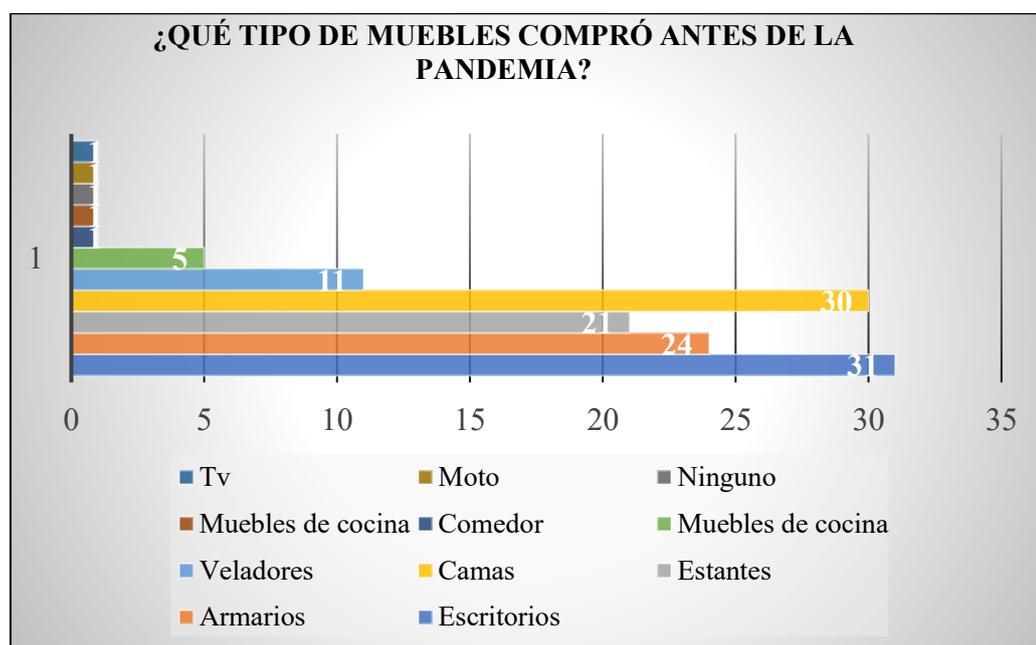


Figura N° 8

Comportamiento del consumidor

Interpretación: En el mismo contexto, se determina que los sujetos de estudio para el presente trabajo de investigación mencionan que han comprado muebles fabricados en melamina, puesto que, está representado por un porcentaje del 60%. No obstante, existe un 40% que menciona que no ha comprado este tipo de muebles. Lo que demuestra que a pesar de tener conocimiento sobre este tipo de muebles una cierta parte aún prefiere comprar los muebles fabricados en madera tradicional.

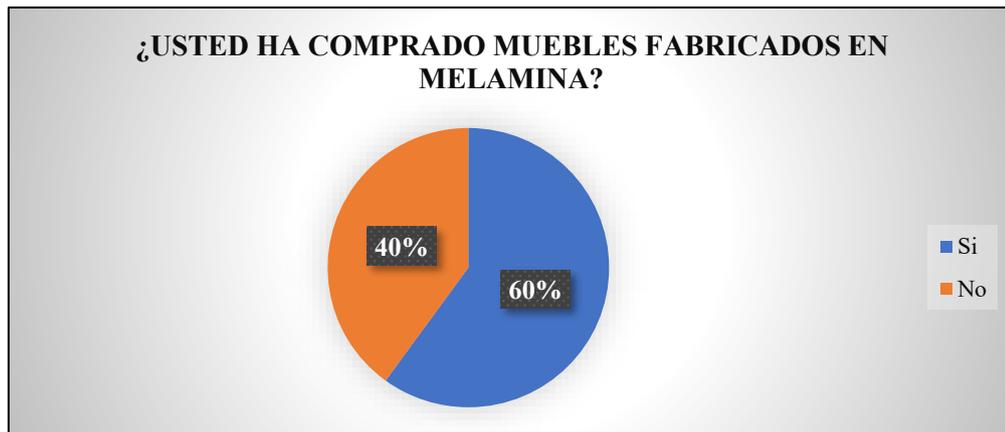


Figura N° 9

Motivo de compra

Interpretación: Así, luego de determinar que si existe un gran porcentaje que compra muebles en melamina se procede a analizar cuál es el motivo por el que prefieren comprar este tipo de muebles y se obtiene los siguientes resultados: el 47% establece que compra estos muebles por la elegancia que brinda a los espacios en donde se encuentra las mismas. Además, el 20% dice que es por su precio y el 17 y 16% menciona por su calidad y durabilidad respectivamente.



Figura N° 10

Preferencia del consumidor

Interpretación: Analizando las variables y los resultados anteriores se genera una comparación entre los muebles fabricados en melamina y los muebles fabricados en madera tradicional, para lo cual se expone a los sujetos de estudio si consideran mejor a los muebles de melamina, los mismos que respondieron que sí, dicha respuesta está representada en un porcentaje del 52%, no obstante, el 48% establece que no lo son. Dichos datos demuestran una variación no tan significativa de la preferencia de los usuarios en cuanto a los muebles de cada uno de los materiales.

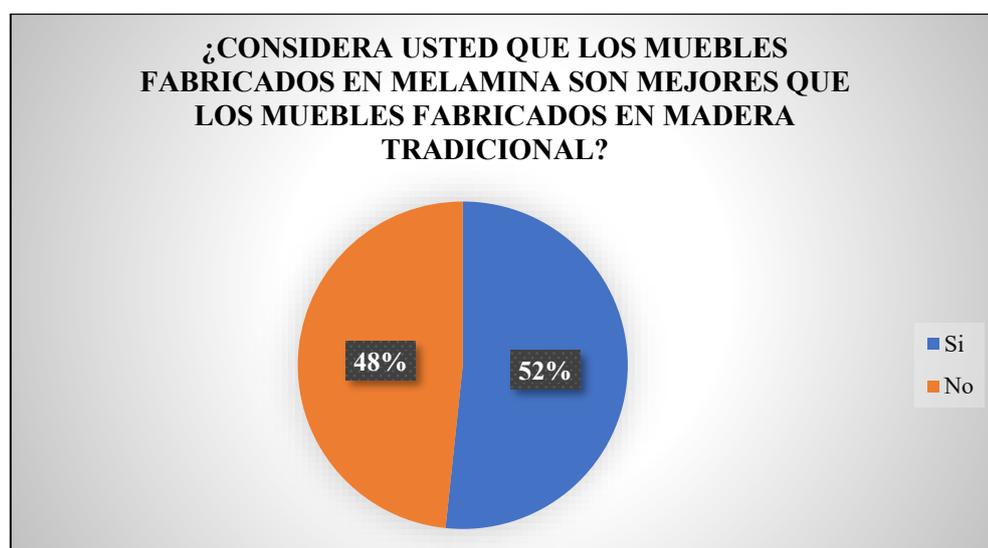
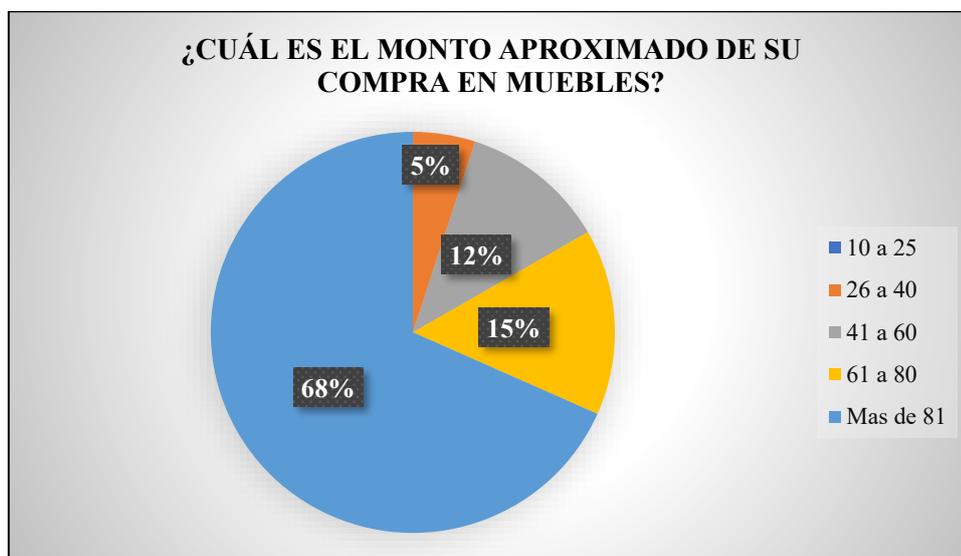


Figura N° 11

Cantidad de consumo en dólares

Interpretación: Finalizando el instrumento de medición, se estudia la cantidad en dólares que los consumidores destinan para la compra en muebles, en el cual se demuestra que el 68% de la muestra representativa destina más de 81 dólares para la compra en muebles, seguido del 15% que dice de 61 a 80 dólares, el 12% de 41 a 60 dólares y un 5% de 26 a 40 dólares. Esto permite declarar los muebles son muy

demandados por los clientes, lo cual es un eje fundamental para dar solución al presente estudio.



Posterior al análisis y estudio de la información arrojada por el instrumento de medición se obtiene que gran parte de los consumidores prefieren comprar muebles fabricados en melamina, ya que, este tipo de muebles permite a las personas dar un toque de elegancia a los espacios que lo rodea y más aún generar un ambiente acogedor para las demás. Así mismo, se expone que los muebles de melamina son preferidos por su precio y calidad, lo que demuestra una gran demanda de dicho sector.

Además, los sujetos de investigación arrojaron que el monto en dólares que destinan para la compra de los muebles varía entre los 60 y más de 80 dólares, lo cual, precisa una preferencia significativa por la compra de muebles. En el caso de los tipos de muebles mayormente adquiridos están los escritorios, camas y armarios.

Discusión

Para el presente apartado se realiza un breve análisis bibliográfico de distintos autores que han realizado estudios similares al fenómeno de investigación tratado en este

documento, con el fin de conocer y comparar los resultados con dichos artículos. Lo que permite generar ideas y conclusiones más relevantes para el estudio en cuestión.

Por ello, Almonacid, et al (2019), en su estudio denominado “Plan de Negocios para Muebles de Maderas Exóticas Peruanas en Lima Metropolitana” establece que los clientes y consumidores en el aspecto maderero especialmente en lo que respecta a muebles, tienen un mayor interés en productos que decoren los ambientes y espacios de socialización, ya que, al momento de preguntar el tipo de muebles que suelen comprar, mencionaron las mesas de comedor y los juegos de sala.

Así mismo, los sujetos de estudio dieron a entender que prefieren muebles fabricados en madera que posean un estilo elegante y moderno. Cabe recalcar que a pesar de que un 52% menciona que, sí encuentra muebles de acuerdo a sus gustos y preferencias, se encontró un porcentaje del 47% que expone no encontrar muebles de acuerdo a sus gustos (Almonacid, et al., 2019). Este aspecto denota una gran oportunidad para los interesados en crear negocios de muebles fabricados en madera.

Por otra parte, en un estudio realizado en la ciudad de Guayaquil por Maldonado (2016) se obtiene que en gran parte los consumidores prefieren adquirir muebles modernos, lo que denota la preferencia por muebles que brinden elegancia a sus espacios. Además, se determina que los muebles mayormente demandados son los dormitorios y los juegos de sala.

De igual forma, se detalla que los atributos que más sobresalen al momento de adquirir un mueble es la calidad, pues representa un porcentaje del 30,2%, seguido del diseño que tiene un porcentaje de 25,5% y el factor precio con el 24,7%, siendo estos los aspectos de mayor percepción de los clientes al momento de tomar una decisión de compra con relación a muebles.

Conclusión

Esta investigación ha permitido determinar el comportamiento del consumo de muebles de melamina de las poblaciones de Azogues, Cañar y Biblián. Existe un conglomerado de información relativamente nueva que compartir.

Entre los principales hallazgos fue posible conocer que los muebles fabricados de este material tienen una especial aceptación por parte de los mercados estudiados. La demanda es alta y se explica principalmente por las características que hacen que la satisfacción del consumidor sea mayor en comparación al consumo de muebles fabricados en otro tipo de materiales.

Los muebles que mayor demanda han tenido en el período post pandemia han sido escritorios, camas, armarios y estantes. Este hecho deja al descubierto un mercado potencial en el que se conoce los objetos con mayor índice de compra.

Últimamente, los muebles de melamina representan un nicho de oportunidades en medio de la población de estos tres cantones. La rentabilidad se explica no solo por la demanda, sino también por los costos accesibles de fabricación. Todas estas características reafirman y explican el comportamiento de consumo y dejan abierta la posibilidad de inversión y creación de nuevos mercados.

Hacia los muebles fabricados en melamina, ya que, se evidencia que este tipo de muebles si posee una gran aceptación dentro del mercado, debido a sus características únicas como es el caso de la elegancia, diseño y calidad, lo que aumenta la satisfacción de los consumidores con relación a otros materiales. Además, se tiene que los muebles de mayor demanda son los escritorios, camas, armarios y estantes, lo que revela el gran potencial de estos productos en el mercado, permitiendo a los interesados conocer una ventaja competitiva para sobresalir ante sus competidores.

Por último, se establece que los muebles fabricados en melamina poseen una gran oportunidad de negocio dentro del mercado, debido al comportamiento que el consumidor refleja hacia estos productos, lo que implica una rentabilidad aceptable para los inversionistas interesados en el presente sector.

Referencias bibliográficas

- Acosta, G., Escobar, G., Bernaola, G., Alfaro, J., Taype, W., Marcos, C y Amado, J. (2020). Caracterización de pacientes con COVID-19 grave atendidos en un hospital de referencia nacional del Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(2).
<https://www.scielosp.org/article/rpmesp/2020.v37n2/253-258/es/>
- Almonacid Zamudio, W. A., Florez Valderrama, G. D., Gallardo Bernal, M. M y Paredes Cotohuanca, D. M. (2019). *Plan de Negocios para Muebles de Maderas Exóticas Peruanas en Lima Metropolitana* [Tesis de grado, Esan Graduate school of business].
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1751/2019_MAT_C_18-1_05_T.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Arellano Alcaide, M. G. (2018). *Estudio de pre-factibilidad para la instalación de una planta productora de muebles a base de melamina para el revestimiento de proyectos inmobiliarios ubicados en Lima Metropolitana* [Tesis de grado, Universidad de Lima].
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/8090>
- Arenas Martos, N. 2019. *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA DE MUEBLES MULTIFUNCIÓN DE*

DORMITORIO, ELABORADOS A BASE DE MELAMINA. [Tesis de grado, Universidad de Lima].

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11278/Arenas_Martos_Natali.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Avendaño Condori, C. J. (2019). *LA DIFERENCIACIÓN COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE MELAMINA EN LA MYPE TECNIMODULOS JF S.A.C. PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL SALVADOR AÑO 2019* [Tesis de grado, Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur].

http://repositorio.untels.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/522/1/T088A_71008632_T.pdf

Barrantes Olivera, J. L. (2021). *Propuesta de una línea de producción de muebles de melamina "ready to assemble" en la empresa Leoncito S.A.* [Tesis de grado, Universidad de Piura]. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/5208>

Maldonado Marchán, M. G. (2016). *Análisis del comportamiento del consumidor de muebles de madera para el hogar en el segmento B-A del sector norte de Guayaquil* [Tesis de posgrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5675/1/T-UCSG-POS-MGM-13.pdf>

Maguiña Vargas, C. (2020). Reflexiones sobre el COVID-19, el Colegio Médico del Perú y la Salud Pública. *Acta Médica Peruana*, 37(1). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1728-59172020000100008&script=sci_arttext&tlng=en

Mercado, K. E., Perez, C.B., Castro, L. A y Macias, A. (2019). Estudio Cualitativo sobre el Comportamiento del Consumidor en las Compras en Línea. *Informacion*

tecnologica, 30(1). https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000100109&script=sci_arttext&tlng=en

Morocho Incio, L. A. 2019. PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE MUEBLES DE MELAMINA EN LA EMPRESA FABRICACIONES METÁLICAS FAMETAL S.A.C. PARA AUMENTAR LA RENTABILIDAD [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogroviejo]

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2717/1/TL_MorochoIncioLuis.pdf

Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20). http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000200233

Pérez Abreu, M. R., Gomez Tejeda, J. J y Dieguez Guach, R. A. (2020). Características clínico-epidemiológicas de la COVID-19. *Revista Habanera de Ciencias Medicas*, 19(2). <https://www.medigraphic.com/pdfs/revhabciemed/hcm-2020/hcm202e.pdf>

Ramos, C. (2020). Covid-19: la nueva enfermedad causada por un coronavirus. *Salud Publica de Mexico*, 62, 225-227. <https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/11276>

Sacoto Castillo, V. A., Jimber del Rio, J. A y Pérez Naranjo, L. 2018. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y METODOLÓGICA DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN CAFETERÍAS – PERSPECTIVA DE LA RACIONALIDAD. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5, 1-21. <https://3.14.189.95/index.php/ecociencia/article/view/160/127>

Sanchez Ugalde, R., Ludueña, M. E., Schimpf, R y Rodriguez, C. S. (2020).

Comportamiento de la demanda de productos madereros. Análisis de la situación en Santiago del Estero, *Revista Quebracho*, 28(1,2), 62-71.

<https://fcf.unse.edu.ar/archivos/quebracho/v28n1a07.pdf>

Santos Millán, I. (2020). El comportamiento del consumidor y las nuevas

tendencias de consumo ante las TIC. *Esic Market Economics and Business Journal*, 50(3), 621-642.

[https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/25](https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/251/516)

1/516

Abstract

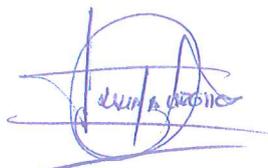
CUJI CUJI CHRISTIAN DAVID

The use of melamine has had a great boom in the furniture industry since it optimizes the industrial processes of companies engaged in this business. This research analyzed consumer behavior with furniture made from melamine in the post-pandemic time in Biblián, Azogues, and Cañar cantons. The methodological aspect responds to exploratory and descriptive study with a quantitative approach of transversal axis and non-experimental of non-probabilistic type. Information was collected by applying a survey and a questionnaire to 382 inhabitants from Biblián, Azogues, and Cañar. Among the most relevant results is that 60% purchased melamine furniture, and 47% said they bought it because of its elegance. 52% stated that melamine furniture is better than traditional furniture. In conclusion, melamine furniture has a great acceptance in the market due to its special characteristics, such as elegance, which reveals a great business opportunity in this sector.

Keywords: consumer behavior, Covid-19, Ecuador, melamine, furniture

Azogues, 25 de mayo de 2022

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO.



Abg. Liliana Urgilés Amoroso, Mgs.
COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS AZOGUES



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Christian David Cuji Cuji
Título del ejercicio: TRABAJO DE TITULACIÓN - Christian David Cuji Cuji
Título de la entrega: T. Titulación final - Christian David Cuji Cuji
Nombre del archivo: T._Titulaci_n_final_-_Christian_David_Cuji_Cuji.docx
Tamaño del archivo: 84.53K
Total páginas: 19
Total de palabras: 3,922
Total de caracteres: 21,813
Fecha de entrega: 18-may.-2022 04:37p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega... 1839370146

El comportamiento del consumidor post pandemia con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Azuay, Bolívar y Caltan

Post-pandemic consumer behavior in relation to furniture made of melamine in the cantons of Azuay, Bolívar and Caltan

Universidad Católica de Cuenca, Azuay-Ecuador
<http://www.ucc.edu.ec/informacion/2019-01-11>

Resumen

El uso de la melamina ha tenido un gran auge dentro de la industria de muebles, ya que optimiza los procesos industriales de las empresas que se dedican a dicho negocio. La presente investigación tiene por objeto analizar el comportamiento del consumidor con relación a los muebles fabricados en melamina post pandemia en los cantones de Bolívar, Azuay y Caltan. El aspecto metodológico responde a una investigación exploratoria y descriptiva con enfoque cuantitativo de tipo trasversal y no experimental de tipo no probabilístico. Para la recolección de información se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, aplicado a 382 habitantes de Bolívar, Azuay y Caltan. Entre los resultados más relevantes se tiene que el 60% se ha comprado muebles en melamina de los cuales el 47% está feliz que lo realice por la elegancia que la misma aporta. El 52% opina que los muebles en melamina son mejores que los muebles tradicionales. Se concluye que los muebles fabricados en melamina poseen una gran aceptación dentro del mercado, debido a sus características únicas como es el caso de la elegancia, lo que revela una gran oportunidad de negocio en el presente sector.

Palabras clave

Comportamiento del consumidor, COVID-19, muebles, melamina y Ecuador

T. Titulación final - Christian David Cuji Cuji

por Christian David Cuji Cuji

Fecha de entrega: 18-may-2022 04:37p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1839370146

Nombre del archivo: T_Titulaci_n_final_-_Christian_David_Cuji_Cuji.docx (84.53K)

Total de palabras: 3922

Total de caracteres: 21813

T. Titulación final - Christian David Cuji Cuji

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

1%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

4%

★ Submitted to Universidad Catolica De Cuenca

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo



CPA. Manuel Quevedo Barros, MCA.
DOCENTE TUTOR



El Bibliotecario del Campus Universitario Azogues

CERTIFICA:

Que, **Christian David Cuji Cuji** portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0150684868** de la Carrera de **Administración de Empresas**, Campus Universitario Azogues, Modalidad de estudios presencial no adeuda libros, a esta fecha.

Azogues, 25 de mayo del 2022


Byron Alonso Torres Romo
Bibliotecario





Christian David Cuji Cuji portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0150684868**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“El comportamiento del consumidor post pandemia con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Azogues, Biblián y Cañar”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Azogues, 18 de mayo del 2022

F:*Christian Cuji*.....

Christian David Cuji Cuji

C.I. 0150684868