

SINERGIAS ENTRE EL
SECTOR DEL MUEBLE,
LA ARTESANÍA Y LAS
ASOCIACIONES SIN
ÁNIMO DE LUCRO.
SOSTENIBILIDAD
SOCIAL Y
MEDIOAMBIENTAL



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA

AUTOR TFG: MANUEL PORCAL GASCÓN

TUTORA: NURIA PORTILLO POBLADOR

2015/2016



AGRADECIMIENTOS

He de confesar que ha sido un trabajo en el cuál me he sentido muy a gusto realizándolo, y buena parte de ello es porque me siento muy identificado con la idea que expresa el trabajo y porque creo realmente que es posible llevarlo a la práctica.

Durante los 2 años que he utilizado para realizarlo he recibido numerosas opiniones al respecto y desde aquí, me gustaría agradecerles el apoyo que me han demostrado. No es fácil identificar a todas esas personas, con lo que no voy a nombrarlas en el trabajo, pero me siento afortunado de haber compartido mi idea con ellas y de las reacciones y conversaciones que ha generado.

Sobre todo, me gustaría agradecer a mi familia, con la cual comparto oficio, la posibilidad que me han dado de compaginar el estudio y la realización del trabajo, con el trabajo en la empresa, si no hubieran sido sé que no lo habría acabado.

Me gustaría agradecerle a mi tutora del proyecto Nuria Portillo Poblador, la infinidad de tutorías que ha dedicado conmigo, en las cuales hemos ido dando forma a la idea y me ha guiado durante todo el proceso de realización del proyecto. También le agradezco el entusiasmo que me ha transmitido siempre y que haya sido tan comprensiva conmigo al adaptarse a mis horarios de trabajo.

Estoy muy orgulloso de haber realizado este trabajo y espero poderlo poner en práctica pronto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Resumen	1
1.2 Objeto del TFG.....	1
1.3 Justificación o Motivación	2
1.4 Justificación de relación con la asignatura	3
1.5 Estructura del Trabajo	4
Capítulo 2: SITUACIÓN ACTUAL.....	5
2.1 Antecedentes.....	4
2.2 Proceso de Producción Estándar	10
2.3 Ciclo de Vida del mueble y los recursos adheridos a él	12
2.4 Métodos Existentes para garantizar un uso responsable de recursos	14
2.5 Visión de la ciudad y del consumidor	17
Capítulo 3: EL MUEBLE	18
3.1 Definición.....	18
3.2 Materias Primas y Tecnología.....	19
3.3 Economía, Ecología y Ergonomía del Mueble	19
3.4 El Mensaje del Mueble	20
3.5 Experiencia de Compra	23
Capítulo 4: EL MUNDO DE LA ARTESANÍA.....	24
4.1 Definición.....	24
4.2 Registro de la Artesanía	26
Capítulo 5: ECONOMÍA CIRCULAR.....	29
5.1 Definición.....	29
5.2 Aspectos de la Economía Circular.....	31
5.3 Principios de la Economía Circular	32

5.4 Actores de la Economía Circular	33
5.5 Marco Legal de la Economía Circular	34
5.6 Beneficios de la Economía Circular	38
Capítulo 6: LA ENCUESTA	40
6.1 Propósitos de la investigación	40
6.2 Objetivos de la investigación	41
6.3 Conclusiones	41
Capítulo 7: PROYECTO DE REUTILIZACIÓN	45
7.1 Idea Principal	45
7.2 Agentes Intervinientes	47
7.2.1 Generadores de residuos reutilizables	47
7.2.2 Receptores de residuos reutilizables	48
7.3 Residuos Reutilizables dentro del proceso de venta de un mueble	49
7.3.1 Piezas Defectuosas	49
7.3.2 Los Embalajes	52
7.3.3 Los Muebles Usados	54
7.3.4 Diagrama de Distribución de recursos reutilizables	58
Capítulo 8: FOMENTO DE LA ARTESANÍA	61
8.1 Pasos a seguir para la integración de los Artesanos en Internet	61
8.2 Objetivos	63
8.3 La Web para Artesanos	64
Conclusiones	64
Bibliografía	65
Anexo 1: Plan Estatal Marco de gestión de residuos (Pemar)	67
Anexo 2: Encuesta y datos recogidos de la encuesta	69

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Número</i>	<i>Página</i>
1. Tabla 1 Evolución en datos absolutos del número de empresas CNAE 31.....	6
2. Tabla 2 Evolución en datos relativos del número de empresas CNAE31 de cada comunidad con respecto al total	6
3. Tabla 3 Métodos para garantizar un uso responsable	14
4. Tabla 4 Resumen de medidas propuestas por área prioritaria, agentes responsables y líneas estratégicas	37
5. Tabla 5 Objetivos, Medidas de Prevención y Reutilización.....	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Número</i>	<i>Página</i>
1. Gráfico 1. Evolución de la generación de residuos de competencia municipal	35
2. Gráfico 2 Composición de la bolsa tipo de residuos domésticos.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Número</i>	<i>Página</i>
1. Figura 1 Elaboración de un mueble.....	10
2. Figura 2 Economía Circular	29
3. Figura 3 Jerarquía Europea en la Gestión de Residuos	33
4. Figura 4 Proceso de venta y recursos generados	49
5. Figura 5 Distribución de los Recursos Reutilizables	58

INTRODUCCIÓN

1.1 RESUMEN:

En el presente trabajo final de grado se van a proponer varias salidas posibles a los recursos desaprovechados dentro del sector del mueble, planteando distintos escenarios, entre los cuales cada agente interviniente tendrá capacidad para decidir cuál es la mejor solución, y conseguir un sector social y medioambientalmente sostenible.

1.2 OBJETO DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

OBJETIVO GENERAL:

- Encontrar la forma de mejorar el modelo actual de negocio existente en el sector del mueble, con la intención de hacerlo más eficiente y medioambientalmente responsable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Encontrar la forma de dar una salida óptima a los recursos desaprovechados que se generan con la actividad principal de la venta de muebles.
- Fomentar e impulsar la artesanía del mueble en la Comunidad Valenciana.
- Dar lugar a un encuentro entre diferentes agentes que realizan la misma actividad dentro del sector, que propicie mejoras en la competitividad.
- Reducir el consumo de recursos por parte de la sociedad con el alargamiento de la vida de los muebles, y consecuentemente también el volumen de residuos generado.
- Definir la forma de obtener recursos desaprovechados por la sociedad (empresas y público en general) e incluirlos dentro de este proyecto de reutilización.
- Encontrar la manera de cubrir la demanda de mueble de asociaciones sin ánimo de lucro con los recursos no utilizados en la actividad principal.

1.3 MOTIVACIONES PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

Es de sobra conocido que el sector del mueble en Valencia es un sector muy fuerte, cualquiera que camine por Valencia puede comprobar que existen en la ciudad numerosas tiendas. Ello conlleva que se genere muchos residuos como el funcionamiento normal de la actividad. No existe una normativa que obligue a estas tiendas a responsabilizarse de los residuos que se generan, y tampoco a las fábricas que fabrican los muebles. Se entiende que estos residuos son generados por el cliente final y son considerados como residuos urbanos. Esta es la razón principal del presente trabajo, dar una solución practicable entre los diferentes agentes que intervienen en la actividad, y de esta manera generar un consumo menor de recursos naturales y generar menos residuos.

La reutilización va a ser la primera opción que se va a proponer como primera solución y se va a intentar agotar las opciones que ésta nos permita, y de ahí pasaremos a buscar otros tipos de soluciones.

Se pretende demostrar con el trabajo que la población está concienciada con la conservación del medioambiente, y mediante el presente trabajo se va a demostrar que las entidades públicas están marcando un camino a seguir, y la población debe de reconocer y premiar a las empresas y entidades que favorecen y contribuyen a que ese camino sea posible. Tarde o temprano la sociedad debe actuar frente a estos problemas que se generan con el ritmo de vida que lleva la población.

Por todo esto es vital que todos los agentes tengan una actitud activa, ya que lo que se va a proponer en este trabajo es complicado de conseguir si no todas las partes colaboran y cooperan para hacer del sector del mueble, un sector sostenible.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE RELACIÓN CON LAS ASIGNATURAS

El Trabajo Final de Grado tiene la finalidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la titulación, destacar que para la realización del presente trabajo ha sido de gran ayuda, haber cursado las asignaturas incluidas en el plan de estudios del Grado en Gestión y Administración Pública.

- Gestión de la información. Se imparten métodos, normas, procedimientos y herramientas para la realización del TFG, y se realiza un trabajo práctico el cual se debe realizar conforme a la normativa y estructura de los TFGs. Estos conocimientos han sido muy valiosos para la realización del presente trabajo.

- Técnicas y métodos de Gestión Pública. Esta asignatura ha sido primordial para el proceso de propuesta de mejoras, ya que en ella se estudian las diferentes técnicas de planificación estratégica y los métodos de gestión eficiente de organizaciones.

- Estructuras Administrativas. En esta asignatura se estructuran las diferentes administraciones a niveles organizacionales y legislativos, lo que ha sido de gran ayuda para entender la jerarquía de las distintas normas que se describen en el presente trabajo.

- Derecho Administrativo. El derecho administrativo está presente en todos los ámbitos públicos, y en el presente trabajo se busca como motivación el fomento por parte de la administración, como referencia. De modo que ha sido de gran utilidad para la comprensión y la interpretación de las leyes que se han estudiado en el presente trabajo.

- Información y Documentación Administrativa. Para buscar la información necesaria para la realización del presente trabajo se han utilizado las técnicas de documentación y tratamiento de la información, las cuales han sido explicadas, comprendidas y practicadas en esta asignatura.

- Marketing en el sector Público. En esta asignatura se estudian los tipos de preguntas que se pueden realizar en una encuesta y las diferentes formas que existen para tratar de conseguir información relevante para su análisis a través de la encuesta. Ha sido interesante este primer acercamiento para la realización de la encuesta en el presente trabajo.

- Introducción a la Estadística. En esta asignatura se imparten conocimientos para el tratamiento de los datos de la encuesta, el establecimiento de los objetivos de la misma, el informe, los tipos de variables que vamos a medir. Todo de gran ayuda,

también proporciona nociones de como relacionar los datos entre sí, todo ello ha sido necesario para el análisis y la realización de la encuesta.

1.5 ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El presente trabajo está estructurado de la siguiente forma, el Capítulo 1, es a modo de presentación, para que el lector pueda tener una primera impresión de lo que está a punto de comenzar a leer.

Del Capítulo 2 al 5 se pretende dar una visión global de cómo está la situación actualmente, aportando razones, que motivan a la acción que va a proponer el plan que se va a presentar, como solución a la problemática actual.

En el Capítulo 6 tenemos la realización de la Encuesta, con la presentación de los resultados, los cuales motivan aún más si cabe a poner en práctica medidas que solventen o por lo menos que disminuyan el impacto medioambiental del sector.

En el Capítulo 7 se encuentran el gran grueso de medidas que propone el trabajo y es dónde vamos a encontrar expresadas de forma concreta las actuaciones que se deben practicar para conseguir esta reducción de la que vamos a estar hablando a lo largo de todo el proyecto.

El Capítulo 8 se dedica exclusivamente a proponer una iniciativa para fomentar la artesanía de la Comunidad Valenciana, y crear una relación más estrecha entre los artesanos valencianos y también una relación más estrecha entre éstos y las tiendas de muebles de la Comunidad Valenciana.

Por último, encontraremos las conclusiones

SITUACIÓN ACTUAL

2.1 ANTECEDENTES

En la Comunidad Valenciana el sector del mueble es uno de los sectores más destacados junto al textil y la alimentación dentro de la comunidad. Como podemos ver en la Tabla Número 2, no sólo tiene un peso notable dentro de la Comunidad Valenciana, sino que, a nivel nacional, representaba en 2008 un 14.82% del conjunto de empresas dedicadas a la fabricación de muebles a nivel nacional, este porcentaje se ve reducido a un 13.47% de la totalidad en 2015, pero aun así sigue siendo un porcentaje notable.

El sector de Fabricación de muebles se encuentra comprendido dentro de la División 31 del CNAE-2009 y Rama 19.2 de la clasificación RAMI. La clasificación de empresas CNAE 31, es la que se ha tomado como referencia para la elaboración de las tablas con las que se va a realizar un análisis de la evolución del número de empresas dedicadas a la fabricación del mueble. En esta clasificación podemos encontrar los siguientes subsectores:

- Fabricación de muebles de oficina y de establecimientos comerciales (Clase 31.01, CNAE-2009)
- Fabricación de muebles de cocina (Clase 31.02, CNAE-2009)
- Fabricación de colchones (Clase 31.03, CNAE-2009)
- Fabricación de otros muebles (Clase 31.09, CNAE-2009)

En la Tabla 1, se puede apreciar claramente la evolución del número de empresas del sector comprendidas dentro de la división 31 del CNAE, se han utilizado para la elaboración de la tabla, únicamente las Comunidades Autónomas que se han considerado relevantes por el número de empresas, junto con la Comunidad Valenciana. La tabla está elaborada a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, INE en adelante, y diferencia a las empresas por el número de trabajadores que tienen en plantilla. Se ha decidido elegir comparar entre 2008 y 2015, puesto que en 2008 fue cuando empezó la crisis inmobiliaria en España y ha sido un punto de inflexión en lo que respecta a la producción del sector, y se refleja claramente en los datos, como se comentará con detenimiento a continuación.

Tabla 1 Evolución en datos absolutos del número de empresas CNAE 31 Fuente: INE Base

		Nivel Global	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	De 100 a 199	De 200 a 499	De 500 a 999
Nacional	2008	12966	5793	2904	1564	1480	942	200	56	24	3
	2015	7144	3994	1400	679	624	342	65	30	8	2
Andalucía	2008	2486	1160	568	313	246	165	25	8	1	0
	2015	1244	724	238	118	103	47	11	3	0	0
Cataluña	2008	1797	858	417	204	158	122	24	10	4	0
	2015	983	561	185	89	92	45	6	5	0	0
Com.Valenciana	2008	1921	722	391	257	288	186	53	18	6	0
	2015	962	484	202	88	89	71	19	6	3	0
Madrid	2008	1242	551	272	152	159	82	21	2	2	1
	2015	659	334	146	80	61	32	2	1	3	0
Murcia	2008	785	271	167	119	122	85	15	5	1	0
	2015	460	182	98	67	64	38	10	1	0	0
Navarra	2008	128	45	27	18	22	9	4	2	0	1
	2015	99	53	15	12	9	6	3	0	1	0
P.Vasco	2008	635	304	156	66	55	35	12	3	4	0
	2015	352	219	65	21	19	21	3	4	0	0

Tabla 2 Evolución en datos relativos del número de empresas CNAE31 de cada comunidad con respecto al total Fuente: INE Base

CCAA	Km²	Nivel Global		1 a 2		3 a 5		6 a 9		10 a 19		20 a 49		50 a 99		100 a 199		200 a 499		500 a 999	
		% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015	% 2008	% 2015
Andalucía	87600	19,17%	17,41%	20,02%	18,13%	19,56%	17,00%	20,01%	17,38%	16,62%	16,51%	17,52%	13,74%	12,50%	16,92%	14,29%	10,00%	4,17%	0,00%	0,00%	0,00%
Aragón	47700	2,85%	3,30%	2,52%	2,98%	3,10%	3,29%	2,75%	2,80%	2,91%	4,49%	3,72%	4,97%	3,50%	3,08%	3,57%	10,00%	8,33%	0,00%	33,33%	100,00%
Asturias	10600	1,72%	1,37%	1,88%	1,55%	1,76%	1,36%	1,73%	1,03%	1,22%	1,60%	1,70%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Baleares, Illes	5000	1,97%	2,60%	2,28%	2,85%	2,24%	2,93%	1,73%	2,06%	1,55%	2,72%	0,74%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,17%	0,00%	0,00%	0,00%
Canarias	7450	2,43%	2,03%	2,93%	2,33%	2,82%	1,86%	2,37%	2,50%	1,42%	1,28%	0,42%	0,00%	0,50%	1,54%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Cantabria	5300	0,66%	0,76%	0,59%	0,75%	0,93%	0,79%	0,70%	1,33%	0,41%	0,64%	0,74%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Castilla y León	94200	4,64%	5,32%	4,97%	5,86%	4,92%	5,93%	3,26%	4,27%	4,53%	3,85%	4,56%	2,63%	4,00%	1,54%	3,57%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Castillas - La Manch	79500	7,37%	7,89%	6,72%	8,06%	6,85%	7,86%	8,57%	8,25%	8,80%	6,41%	7,64%	9,06%	6,50%	4,62%	3,57%	3,33%	4,17%	12,50%	0,00%	0,00%
Cataluña	32100	13,86%	13,76%	14,81%	14,05%	14,36%	13,21%	13,04%	13,11%	10,68%	14,74%	12,95%	13,16%	12,00%	9,23%	17,86%	16,67%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%
Com. Valenciana	23300	14,82%	13,47%	12,46%	12,12%	13,46%	14,43%	16,43%	12,96%	19,46%	14,26%	19,75%	20,76%	26,50%	29,23%	32,14%	20,00%	25,00%	37,50%	0,00%	0,00%
Extremadura	41600	1,84%	2,32%	2,59%	3,36%	1,83%	1,71%	1,09%	0,59%	0,95%	0,32%	0,32%	0,58%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Galicia	29500	5,92%	6,24%	7,15%	7,11%	5,75%	5,43%	4,48%	5,01%	3,78%	4,33%	5,20%	5,56%	4,00%	1,54%	3,57%	16,67%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%
Madrid	8000	9,58%	9,22%	9,51%	8,36%	9,37%	10,43%	9,72%	11,78%	10,74%	9,78%	8,70%	9,36%	10,50%	3,08%	3,57%	3,33%	8,33%	37,50%	33,33%	0,00%
Murcia	11300	6,05%	6,44%	4,68%	4,56%	5,75%	7,00%	7,61%	9,87%	8,24%	10,26%	9,02%	11,11%	7,50%	15,38%	8,93%	3,33%	4,17%	0,00%	0,00%	0,00%
Navarra	10400	0,99%	1,39%	0,78%	1,33%	0,93%	1,07%	1,15%	1,77%	1,49%	1,44%	0,96%	1,75%	2,00%	4,62%	3,57%	0,00%	0,00%	12,50%	33,33%	0,00%
Pais Vasco	7250	4,90%	4,93%	5,25%	5,48%	5,37%	4,64%	4,22%	3,09%	3,72%	3,04%	3,72%	6,14%	6,00%	4,62%	5,36%	13,33%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%
La Rioja	5050	1,23%	1,53%	0,83%	1,10%	1,00%	1,07%	1,15%	2,21%	2,50%	4,33%	2,34%	1,17%	3,00%	4,62%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Ceuta	19	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Melilla	13	0,00%	0,01%	0,00%	0,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Una vez presentadas las dos tablas, se va a proceder a hacer un análisis sobre la evolución del número de empresas por CCAA, entre 2008 y 2015. De forma generalizada la evolución del número de empresas ha sido negativa, a nivel

nacional, y a nivel autonómico, algunas comunidades han sufrido de forma diferente esta crisis que ha pasado el sector.

Destacar que en 2008 había en España 12966 empresas dedicadas a la fabricación del mueble, recogidas dentro del código CNAE 31. Este número de empresas en 2015 se vio reducido en 5822 empresas, quedando únicamente 7144 activas. Un descenso que supone que 4 de cada 10 empresas que en 2008 ejercían su actividad en 2015 ya no siguen ejerciéndola.

Este descenso ha venido provocado por varios factores. Pero el más notable ha sido la crisis que ha afectado al sector inmobiliario, que ha arrastrado de manera directa al sector del mueble.

En la noticia “El Pinchazo del Boom del Ladrillo” publicada por el periódico el Mundo en 2008 se reflejan claramente, los efectos inmediatos que la crisis inmobiliaria empezaba a tener en las grandes empresas del sector a principios de 2008. Como se puede leer en la noticia, también ha habido avances en lo que se refiere al sector, y estos avances han sido posibles gracias a las exportaciones, dónde algunas de las empresas españolas del sector, han podido encontrar una fuente de ingresos extra. Mientras que el nivel de ventas interno descendía, la exportación ha ido en aumento. Pero aun así este efecto de las exportaciones no ha sido suficiente para parar la sangría de empresas que han caído dentro del sector.

A continuación, se puede seguir analizando las tablas de elaboración propia elaboradas a partir de datos extraídos de la base de datos del INE (Tabla 1 y 2).

Si se segrega por número de asalariados a nivel nacional, se puede ver que las empresas que menos han visto reducido su número han sido las empresas que tienen de 1 a 2 asalariados, con un descenso del 31%. Después se puede decir que las empresas de 3 a 5, de 6 a 9 y 10 a 19, han tenido un descenso parecido de entre el 51% y el 57%. Las más afectadas han sido las empresas de 20 a 49 y de 50 a 99 asalariados, que han visto reducido su número en 63.7% y 67.5 % respectivamente. Luego están las empresas de entre 100 y 199 asalariados que han visto reducido su número en 46.4%. Las empresas de entre 200 y 499 han sido también unas de las que más se ha visto reducido su número, se ha pasado de tener 24 empresas en 2008 a tener 8 en 2015, lo que supone que 2 de cada 3 empresas dedicadas a la fabricación del mueble, ha cesado su actividad o bien a disminuido su plantilla considerablemente. Por último, las empresas de entre 500 y 999 asalariados, que en 2008 eran 3 empresas la que ostentaban esa posición, en 2015 únicamente quedan 2 empresas.

Se analiza ahora por comunidades autónomas esta evolución que se ha analizado anteriormente a nivel nacional. Teniendo especial importancia para este estudio la Comunidad Valenciana. Con ella se quiere destacar y comparar a las comunidades con ciertas similitudes en lo que se refiere a número de empresas. Englobando todas las empresas de cada CCAA, podemos ver que los descensos a nivel porcentual son muy cercanos a la media, destaca sin lugar a duda la fortaleza que se observa en Navarra, la cual se sitúa con un descenso cercano a la mitad del descenso que se ha generado a nivel nacional.

Si se sigue analizando se puede ver que está discrepancia con el resto de comunidades se debe a que en Navarra el número de empresas dedicadas a la fabricación del mueble en 2008 eran 128 y en 2015 son 99 empresas. Este descenso habría sido mayor, si como en el resto de comunidades en el grupo de 1 a 2 asalariados hubiera descendido, este grupo es dónde se reúnen la mayoría de las empresas que luego conforman el total. Y en el caso de Navarra este grupo ha aumentado su número en 8 empresas, y es este el principal motivo por el cual Navarra ha sido una de las CCAA que presenta mejores resultados a nivel de no destrucción de empresas.

También hay que destacar que en otros grupos de empresas también presenta resultados menos desfavorables que el resto.

Se puede ver que en la Comunidad Valenciana el nivel de disminución de empresas de 1 a 2 asalariados ha sido menor que el producido en Andalucía, Cataluña y Madrid, aun así, el porcentaje de disminución es superior a la media nacional, con lo que no podemos considerarlo como un indicio de fortaleza. Aun siendo bueno este dato en cuanto porcentaje, se puede ver que la disminución de empresas en número es mayor que en la Comunidad de Madrid, lo cual refleja uno de los mayores descensos que se ha provocado entre las CCAA. Dentro de este grupo se puede ver que el nivel de importancia que tiene la Comunidad Valenciana comparando con la totalidad de empresas, ha disminuido de 2008 a 2015 de 12,46% que representaba en 2008, ha pasado en 2015 a representar un 12,12% de la totalidad de empresas situadas en este grupo. Destacar ascensos notables en Castilla León y Castilla la Mancha, esto se deben a un descenso menor del número de empresas que la media nacional.

De 3 a 5 asalariados, la Comunidad Valenciana se sitúa por debajo de Andalucía, Cataluña y País Vasco en nivel de porcentaje de disminución. Pero si se atiende a los números, han desaparecido de este registro 189 empresas, tan sólo en

Andalucía con 330 empresas y Cataluña con 232 empresas superan los datos de Valencia. Aun siendo este dato tan desfavorable, se ve como la Comunidad Valenciana ha aumentado su nivel de representación dentro de la totalidad de empresas pasando de representar un 13,46% del total en 2008 a un 14,43% en 2015. El mismo fenómeno que se observaba en el anterior grupo, se sigue dando en Castilla León y Castilla la Mancha, también como aspecto significativo señalar los ascensos del nivel de representatividad de Madrid y de Murcia. Y el descenso notable que se aprecia en el País Vasco, Andalucía y Cataluña.

De 6 a 9 asalariados: la situación de la Comunidad Valenciana es la más preocupante colocándose en segundo lugar de las CCAA con una mayor disminución en número de empresas, con una disminución de 169 empresas, supera los datos de Andalucía, de Cataluña y de Madrid. En porcentaje sobre el total de empresas lo superaría el P.Vasco, que presenta un alarmante 68,18% de desaparición de empresas dentro de este grupo.

De 10 a 19 asalariados, se mantiene igual que con el grupo anterior, la Comunidad Valenciana está en la cabeza, con 199 empresas que dejan de estar dentro de este grupo, seguida por Andalucía con 143 y Madrid con 98. En cuanto a porcentaje también es la CCAA con el porcentaje más alto de disminución en este grupo.

De 20 a 49 la Comunidad Valenciana también ostenta un puesto bastante malo, ya que es superada por Andalucía por 3 empresas únicamente. Y en cuanto a porcentaje también es una de las CCAA, más castigadas en este grupo de empresas.

De 50 a 99 la Comunidad Valenciana se sitúa de nuevo en cabeza, siendo la CCAA con un descenso mayor, se han perdido 34 empresas en este grupo. A ésta le siguen Madrid, Barcelona y Andalucía. En ese orden, siendo la más perjudicada Madrid que paso de tener 21 empresas en 2008 a tener tan sólo 2 en 2015.

De 100 a 199 vuelve a tener la Comunidad Valenciana un bajón significativo, desciende en número 12 empresas, suponen casi un 50% de las que han descendido en este grupo a nivel nacional, 26 empresas en total ya no pertenecen a este grupo en 2015, quedando únicamente 30 en toda España, y de ellas 6 en la Comunidad Valenciana.

De 200 a 499 la Comunidad Valenciana presenta datos bastante malos también, pero no se puede decir en esta ocasión que son los peores, puesto que Andalucía, Cataluña, Murcia, Navarra y el País Vasco no disponen de ninguna empresa en 2015, han visto sus números reducidos al 100%. El peor caso sería el de Cataluña que en

2008 disponía de 4 empresas situadas en este grupo, también destacar que en Madrid el número de empresas de este grupo ha aumentado en una empresa. Serían Madrid y Valencia las dos potencias en lo que respecta a este grupo, ya que en 2015 entre las dos consiguen tener un total de 6 empresas de las 8 que hay en toda España.

Por último, destacar que en el grupo de empresas entre 500 a 999 asalariados, tan sólo podemos encontrar 3 empresas en toda España, una de ellas en Madrid y las otras dos en Aragón, en Navarra la empresa ya no está dentro de este grupo y casi con total seguridad podemos creer que es la empresa que hemos visto que, hacia crecer el número de empresas en el anterior grupo, seguramente hayan reducido plantilla y se vean ahora situados en este otro grupo, pero no podemos asegurar que sea así. Las dos empresas de Aragón siguen estando en este grupo, siendo las únicas de España.

A la vista de los datos reflejados, se puede ver claramente que la Comunidad Valenciana es un CCAA con una influencia grande a nivel nacional, y que ha sido duramente azotada por la crisis actual, no obstante, se puede decir que dentro de lo malo, se ha conseguido mantener un nivel de representatividad alto a nivel nacional en todos los estratos representados en la tabla, destacando como buenos resultados los datos que se dan en las empresas de 1 a 2 trabajadores y las empresas de 3 a 5 trabajadores. Con lo cual se puede concluir con la afirmación de que la Comunidad Valenciana ha sido una comunidad afectada por la crisis, pero que no ha perdido su representatividad a nivel nacional.

2.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR

Con el fin de facilitar la comprensión del proceso productivo del mueble y teniendo en cuenta el estudio que se va a realizar, se ha realizado una breve descripción de un proceso de producción estándar, aplicable a la fabricación de cualquier tipo de mueble, por ejemplo, el dormitorio o el comedor.

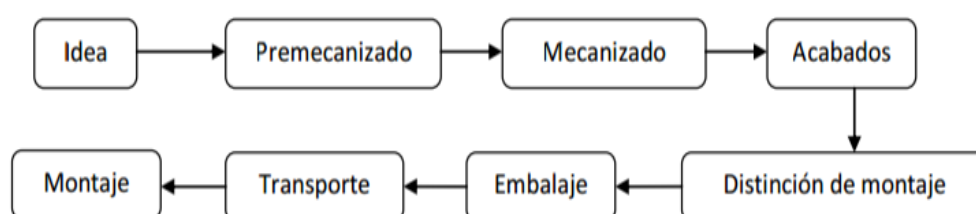


Figura 1 “Elaboración de un mueble TFG” Fuente: Gil Moreno, Estefanía

Se parte siempre de una idea inicial, la cual se plantea a la oficina técnica que se encarga de definir los planos, las características del mueble y realizar los prototipos y diseños pertinentes.

El premecanizado: La materia prima en forma de tableros de grandes dimensiones o grandes bobinas, los materiales se cortan y preparan de acuerdo con las necesidades de fabricación. Esta parte del proceso puede realizarse dentro de la empresa o externalizarla, comprando los tableros y los cantos ya preparados, según las necesidades de producción.

El mecanizado consiste en cortar los tableros que se han nombrado anteriormente en distintas piezas, siguiendo las instrucciones de despiece del modelo que se ha elaborado con la idea inicial. El proceso sería el siguiente: las piezas serradas, tienen que pasar por la cepilladora antes de labrarse para facilitar esta tarea de labrar los cantos. A continuación, las piezas pasan por la reguesadora y se les da el grueso y el ancho que se requiera. Después los tableros se pasan a la chapadora de cantos, y la máquina chapa los cantos tal y conforme se defina en la idea principal que deben de terminarse.

Estos tableros ya están físicamente terminados, la mayoría de ellos deben de pasar un proceso de fabricación más exhaustivo hasta estar preparados para montarse, se deben de proceder entonces a realizar sobre ellos las siguientes tareas:

- Escopladuras (agujeros rectangulares)
- Las mortajas (ensamble de dos piezas de distinto espesor)
- Agujeros para la colocación de herrajes, tiradores o estantes.

La fase de los acabados es un proceso delicado, y en el que se comprueba que las piezas no hayan sufrido ningún golpe, que haga que ya no sirvan y deban ser desechadas. Tras este control quedará lijar y barnizar en el caso de que sea necesario también puede lacarse.

El proceso en caso de muebles de aglomerado sería similar, pero más sencillo, puesto que está última fase no debería de lijarse, y los tableros ya vienen del grueso que necesita para cada mueble, aquí sólo se tiene que darle la forma que se necesite, chapar los cantos en el caso necesario y realizar los agujeros para los herrajes.

El montaje: existen empresas que distribuyen sus muebles ya montados, pero, cada vez más se tiende al tipo de mueble kit, esto proporciona ventajas a la hora de

transportarlo y también reduce la faena que debe de hacerse en la fábrica, ya que esta tarea debe de hacerse de manera manual. Se realiza en las fábricas para el control de calidad de sus productos un montaje aleatorio de los muebles que fabrican, de modo que, si se observan dificultades en los montajes, se puede ir mejorando el sistema.

Una vez ya está el proceso de fabricación, tan sólo quedaría el embalaje y la distribución. Son dos cosas que suelen variar mucho de una empresa a otra, pero que se suelen relacionar entre sí. Hay empresas que utilizan un embalaje muy fuerte y otras que lo utilizan más endeble. Las empresas que utilizan un embalaje más fuerte se aseguran que sus muebles no se van a estropear en el traslado hasta las tiendas que posteriormente distribuyen los muebles. En ocasiones lo que hacen las empresas es poner un embalaje más frágil, pero se encargan ellos de la distribución, y emplean mecanismos de retribución a sus empleados por conseguir buenos resultados en cuanto a que los muebles lleguen en perfecto estado a las tiendas. Luego son dos tareas o funciones que podríamos decir que están relacionadas, aunque hay empresas que utilizan muy buenos embalajes y a la vez lo distribuyen ellas mismas y viceversa.

El embalaje: Una vez realizado el premontaje, las piezas ya tratadas se embalan para su transporte. El embalaje puede hacerse tanto en plástico como en cartón o combinando ambos materiales. Se intenta hacer un embalaje lo más ecológico posible, eliminando la utilización de colas y grapas. El embalaje se compra a proveedores externos, la mayoría están localizados en la zona.

2.3 CICLO DE VIDA DEL MUEBLE Y LOS RECURSOS ADHERIDOS A ÉL

Se va a describir el ciclo de vida de un mueble desde la fábrica hasta que el mueble deja de ser útil y se desecha por cualquier motivo que considere oportuno el cliente final.

La gran mayoría de muebles actuales son fabricados mediante una pasta de aglomerado y una capa exterior de melanina, que tiene como compuesto principal el plástico. Aparte de estos materiales se suelen incluir en los muebles detalles metálicos para adornar, pomos y tiradores metálicos prácticos y resistentes para poder abrir puertas y cajones. Sobre todo, se utilizan muchos elementos metálicos para el ensamblaje y la sujeción, como son tornillos, tuercas, excéntricas, elementos

que conforman el mueble por dentro, que a simple vista no se ve, pero es un consumo importante el que se genera de este tipo de materiales.

Una vez fabricados los muebles, consumiendo los recursos enumerados en el apartado anterior junto al consumo de energía principalmente no renovable procedente de empresas eléctricas, se procede a su embalaje. En el embalaje se utilizan recursos de todo tipo, cartones rígidos, semirígidos, plásticos rígidos y plásticos blandos para unir todos los elementos protectores al producto y que permanezcan unidos hasta el momento de su montaje.

En ocasiones estos productos si son fabricados fuera de España, pueden llevar para su traslado y mejor manejo una base de pallet de madera.

Estos muebles en su mayoría vienen desmontados, con lo cual un mueble que visto desde fuera puede parecer que tiene 5 piezas, desmontado el número de bultos puede multiplicarse por 2 o incluso por 3. Con su consiguiente consumo de recursos para su embalaje.

Una vez llega el mueble a la tienda, el fabricante se despreocupa totalmente de todo, no se hace responsable de ninguna forma de los recursos que ha empleado en la fabricación ni emplea ningún método, ni da la posibilidad de cualquier material vuelva a entrar en el proceso de fabricación. Con ello se cierran las puertas de muchos recursos utilizados, y se puede decir que estos recursos son de un solo uso, el usar y tirar de siempre.

El mueble ya está montado ensamblado y dejado en el sitio para el cual se fabricó. Se disponen junto a él una cantidad de embalajes que en muchas ocasiones supera el volumen del mueble que se ha montado. Estos embalajes en la mayoría de los casos permanecen intactos, aparentemente sin ninguna transformación que no les permita volver a cumplir su cometido de nuevo. Ciertamente es que la resistencia a los golpes de algunos de ellos es menor, pero sería difícil de demostrar que no se podría proteger un mueble de nuevo con ellos.

A partir de aquí no hay nada más, bueno sí que lo hay. Hay una cantidad de recursos incontables que no se utilizan para nada. A continuación, se hace una enumeración de todos ellos:

- Muebles usados retirados de casa de los clientes que han comprado un mueble nuevo

- Muebles que se han deteriorado en el transporte, montaje o uso posterior de los clientes
- Piezas de herraje metálicas y plásticas que no son utilizadas en el montaje de los muebles
- Piezas que por errores humanos no se han solicitado bien o no se han fabricado tal como se pidieron
- Embalajes de cartón en perfecto estado
- Embalajes plásticos deteriorados y rotos
- Otro tipo de embalajes

De todos estos materiales enumerados no hay nadie que se haga responsable en la actualidad. No existe un procedimiento estandarizado y homologado que obligue a seguir unas pautas, para que estos elementos no se pierdan en la nada. Y se puede pensar, “bueno son elementos que no se pueden volver a utilizar, se hará al menos algo para que se puedan reciclar”, pues tampoco. No existen mecanismos para el reciclaje de muchos de estos materiales y el peso de los pocos mecanismos que existe no recae sobre los que han generado este consumo. No existe una garantía de que estos materiales vuelvan a entrar su ciclo de mercado y que no acaben siendo depositados en vertederos contaminando nuestras tierras.

2.4 MÉTODOS EXISTENTES PARA GARANTIZAR UN USO RESPONSABLE DE RECURSOS

Existen métodos que podrían garantizar la vuelta al ciclo de muchos de los materiales. Destacar entre otras la posibilidad de materializar efectivamente el principio de quien contamina paga y de corresponsabilidad mediante el establecimiento de impuestos ambientales encaminados a incentivar una gestión más ecológica de los residuos.

Un claro ejemplo de distinguir de forma individualizada a las personas o empresas que generan un consumo de recursos, y hacerles responsables por medio de tasas del coste de un posterior tratamiento necesario para que estos materiales vuelvan a ser útiles.

Tabla 3 Métodos para garantizar un uso responsable. Elaboración propia a partir de la fuente: Miren Artaraz Miñon(2012)

Impuestos sobre productos	Establecimiento de impuestos sobre la fabricación o consumo de productos que ocasionen un impacto ambiental elevado desde el punto de vista de los residuos que se generan para su elaboración o distribución.	Ejemplos: Impuestos sobre las bolsas de plástico, sobre las pilas, sobre diferentes envases y utensilios de un solo uso.	A nivel Nacional en España no existe ninguna medida de escala estatal de imposición sobre productos por razón a sus impactos en cuanto a la generación de residuos.
Impuestos sobre vertido de residuos	Establecimiento de impuestos sobre los vertidos de residuos a nivel municipal.	Ejemplos, los podemos encontrar en la mayoría de los países europeos dónde está asignado un importe por generación de vertidos a cada municipio o región.	En España no existe ningún impuesto estatal sobre el vertido de residuos
Impuestos sobre incineración de residuos	Establecimiento de impuestos sobre la incineración de residuos a nivel municipal.	Ejemplos, los podemos encontrar en varios países europeos como Austria, Dinamarca, Francia, Noruega o Portugal.	En España solamente Cataluña dispone de un impuesto sobre la incineración de residuos municipales. Y se ha propuesto para castigar a las entidades municipales que no han iniciado el desarrollo de la recogida selectiva de la fracción orgánica, de acuerdo al proyecto aprobado por la Agencia de Residuos de Cataluña.
Otros Métodos.	Establecimiento de un límite máximo a la generación total de residuos per cápita y un impuesto a pagar sobre el excedente generado	Ejemplo establecido en la Región de Valona (Bélgica)	No existe otro ejemplo que se haya podido observar.

A la vista de estos ejemplos podemos decir que España no está llevando a cabo iniciativas que ayuden a controlar e identificar de forma individualizada o en forma de colectivo a las personas o empresas que están generando residuos. Esta forma de generar residuos de manera incontrolada nos lleva a estar en la cabeza de las listas de países con un mayor nivel de generación de residuos per cápita de la Unión Europea. En algún momento la Unión Europea exigirá que se cumplan unos mínimos de generación de residuos y para España va a ser complicado poder llegar a los niveles que se establezcan, ya que no está preparada a nivel legislativo.

Las entidades locales tienen varias opciones para desarrollar política económica en el campo de los residuos:

- Precios públicos o Tasas aplicada en los vertederos o incineradoras de su titularidad.
- Tasas por la ocupación privativa de la vía pública elevadas para actividades generadoras de residuos, subvenciones y ayudas, ordenanzas municipales.
- Introducción de condiciones en la política de compras y contratación municipal.
- Acuerdos voluntarios con comercios
- etc.

Sin embargo, la más extendida dentro de los recursos que integran las Haciendas Locales es la tasa de basuras. Su marco legal viene definido por el Real Decreto Legislativo 2/2004, del 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales (RDLLRHL). El artículo 20.4. menciona de manera explícita “recogida de residuos sólidos urbanos, tratamiento y eliminación de estos” como uno de los supuestos en que los entes locales pueden establecer tasas.

El artículo 24.2 establece que el importe de las tasas por la prestación de un servicio no debe exceder en conjunto su coste.

Volviendo a la Tabla 3, es interesante recalcar el impuesto sobre producto. Ya que, para el caso en concreto que se trata en el presente trabajo, sería una buena forma de gravar el consumo irresponsable de recursos. Y de otro lado premiar a las empresas que hagan un uso responsable de los recursos y lleven a cabo actividades que reduzcan el consumo de recursos para llevar a cabo su actividad. La reutilización de recursos sería una de las formas más rápidas de ir reducido el consumo de materiales dentro del sector. Como mínimo debería de exigirse a la empresa del sector del mueble que apliquen mecanismos de separación de residuos y los incluyan dentro de sus procesos de actuación, para que el proceso de reciclaje sea más fácil y con ello se garantice una mayor eficiencia y eficacia del proceso de reciclaje llevado a cabo por las entidades locales.

Esta idea va ser la piedra angular del proyecto que más tarde se explicará y sobre ella se generará una metodología que permita que las tiendas, situadas entre las fábricas y los clientes finales, se encarguen de este proceso y esto les beneficie de forma económica, dándoles ventajas competitivas que les permita seguir creciendo en el mercado. Como se ha ido nombrando, existen pocos mecanismos actualmente dirigidos a gravar de forma individualizada el consumo de materiales, por ello se debe encontrar la forma de generar valor de dichos recursos.

Se proponen varias soluciones entre ellas se destaca, las modalidades básicas de pago por generación de residuos, que se enumeran en *¿Cómo avanzar hacia la reducción y reciclaje de los residuos urbanos? Una propuesta de instrumentos económicos:*

Pago por bolsa: consiste en que el ayuntamiento establece la obligatoriedad de utilizar bolsas de basura homologadas para la entrega de residuos. Éstas son las únicas recogidas por los servicios municipales. La tasa de residuo se incorpora al precio de las bolsas, de modo que la base imponible es el consumo de bolsas

homologadas, y así el total pagado es aproximadamente proporcional al volumen de basuras generadas.

Puig Ventosa I, 2004b las tasas de basuras de pago por generación. El caso de Torrelles de Llobregat. Fue el primer municipio español en aplicar un sistema de pago por generación de residuos y utilizo el sistema de pago por bolsa.

Pago por contenedor: en este caso los hogares o inmuebles disponen de un contenedor particular que recogida puerta a puerta. La base imponible de la tasa de basuras es el tamaño o las características de recogida del contenedor, aspectos que el usuario decide según su generación de residuos, de entre las opciones ofrecidas por el ayuntamiento. Existen diferentes variantes de funcionamiento, una opción es que los ciudadanos paguen en función del tamaño y periodicidad de recogidas contratadas (vínculo entre pago y generación de residuos) y otra opción es que paguen en función del número de recogidas.

Pago por generación mediante contenedores automatizados, está propuesta requiere el uso de contenedores específicos que se abren con tarjetas magnéticas. Con estas tarjetas se podrá directamente pagar por el servicio o se podría hacer que el contenedor registre las entradas para un pago posterior.

2.5 VISIÓN DE LA CIUDAD Y EL CONSUMIDOR

Se puede concluir este apartado de antecedentes con una visión de cómo se podría definir la situación actual de Valencia, para ello se ha decido traer una definición del libro Nuevas Formas de Habitar:

“Ciudad Temática: tiene una visión de lo que quiere ser, de hecho, cuenta con un plan estratégico y proyecta su propia imagen a través de la arquitectura, las actividades comerciales, eventos específicos, etc. Cuenta, además, con servicios de alto nivel y gran cantidad de infraestructuras y redes de movilidad, como aeropuertos, trenes de alta velocidad o autopistas que la conectan con otras capitales a nivel nacional e internacional. Son ciudades con una nueva identidad (impulsada por sus gestores) con la cual se identifican sus habitantes.”

Con esta definición de ciudad se puede apreciar la idea de progreso, que se identifica en todas las ciudades grandes de Europa, por eso este proyecto quiere

dotar a la Comunidad Valenciana y por consiguiente a uno de los sectores más fuertes dentro de la Comunidad Valenciana, como es el sector del mueble, de herramientas y sobre todo concienciación en materia medioambiental. Se pretende que cada agente que interviene dentro de la acción social se responsabilice de llevar a cabo acciones que palien el impacto que están generando con ellas. No se pide un gran esfuerzo, con la cooperación de los agentes que más tarde se nombrarán se va a poder crear un sistema que funcione y que haga que los impactos del sector se reduzcan y también se creen oportunidades de negocio.

También se cree oportuno nombrar un fenómeno que se considera importante sobre el consumidor y la expresión que se expone de Loipovetsky describe perfectamente lo que la sociedad está demandando cada vez con más frecuencia de las empresas que les proporcionan bienes y servicios, “El hiperconsumidor ya no está sólo deseoso de bienestar material: aparece como demandante exponencial de confort psíquico, de armonía interior y plenitud subjetiva... El materialismo de la primera sociedad de consumo ha pasado de moda: actualmente asistimos a la expansión del mercado del alma y su transformación, del equilibrio y la autoestima”

Con esta afirmación extraída del libro Nuevas Formas de Habitar, queda bastante claro el pensamiento y el consumidor que debe de fijarse y apoyar esta idea, es de sobra conocido que el consumidor aprecia las cualidades que una empresa ofrece, y entre ellas la responsabilidad social tiene que ser una de las más importantes, el presente proyecto va a proporcionar a las empresas la posibilidad de colaborar y demostrar que su empresa es social y medioambientalmente responsable. Y lo más importante que, no deja que los impactos de su actividad los solvente la administración, sino que está comprometida y pendiente de realizar acciones que reduzcan el impacto de su actividad. Más adelante se va a intentar demostrar mediante el análisis de una encuesta a los consumidores, que este fenómeno se da en la actualidad en el consumidor y que puede ser un valor añadido, una ventaja competitiva valorable económicamente.

CAPITULO 3

EL MUEBLE

3.1 DEFINICIÓN

Según la Wikipedia la definición de mueble sería la siguiente:

“Mobiliario es el conjunto de muebles; son objetos que sirven para facilitar los usos

y actividades habituales en casas, oficinas y otro tipo de locales. Normalmente el término alude a los objetos que facilitan las actividades humanas comunes, tales como dormir, comer, cocinar, descansar, etc., mediante mesas, sillas, camas, estanterías, muebles de cocina, etc. El término excluye utensilios y máquinas tales como Pcs, teléfonos, electrodomésticos, etc.”

En esta definición se hace énfasis de la utilidad que tienen los muebles en la vida de las personas, es una definición aceptable, pero se podría completar, para ello se propone lo siguiente.

Muebles: conjunto de objetos que mayoritariamente son fabricados a partir de madera, aunque pueden ser de otros materiales metálicos o plásticos, también suelen ir acompañados estos materiales por cristales, espejos... en modo de adorno o para darles un diseño diferente. Los muebles son objetos que sirven para facilitar la vida de las personas y tienen muchos tipos de utilidad, en ocasiones los muebles pasan de ser útiles a ser objetos decorativos que dan valor a los hogares de las personas. Es muy común que cuando alguien elige un mueble tenga en cuenta este aspecto estético por delante de los aspectos prácticos que un mueble puede aportar a un hogar.

3.2 MATERIALES Y TECNOLOGÍA.

A partir de los años 60 los avances tecnológicos han marcado el diseño de los muebles, a partir de esta época se empezó a contar con muchos avances que actualmente se conservan como son estos materiales denominados por Penny Sparke como los materiales que han motivado los diseños radicalmente novedosos que fueron surgiendo en la época:

- Madera Doblada, esta nueva capacidad de la madera daba infinidad de posibilidades y diseños.
- Tubos de acero, que reforzaban los muebles y les daban un aspecto más moderno, esta idea también era impulsada por la industria automovilística.
- Contrachapados: se utilizaron principalmente para la trasera de los armarios y fondos de cajones, pero se fue extendiendo su utilización a partes planas de muebles, lo que llevó a una tendencia de formas planas en los diseños.
- Tableros de partículas: una de sus principales características es la rigidez y se puede tratar como la madera.

- Plásticos: permite cualquier tipo de forma curva tridimensional, sobre todo el uso de fibra de vidrio o tecnología ABS.
- Papel: se ha utilizado de vez en cuando para adornar muebles, en la actualidad se utiliza para forrar los contrachapados y adornarlos para que queden más bonitos. No es un material muy resistente, con lo que no se suele utilizar mucho.

En cuanto a la tecnología de las maquinarias se considera que actualmente está muy avanzada y que rara vez se introducen avances que hagan necesario renovar la maquinaria que se está utilizando. En muchas ocasiones los nuevos diseños lo que conllevan es a reajustar las maquinarias que se disponen para que ejerzan otro tipo de tareas, pero rara vez es necesario sustituir las máquinas.

3.3 ECONOMÍA, ECOLOGÍA Y ERGONOMÍA DEL MUEBLE

Aspectos que vienen ligados a la fabricación y diseño de los muebles son la economía y la ecología.

Ecología en la fabricación, es posible analizar la producción de muebles, y en la mayoría de los casos se puede observar que raramente generan desventajas ecológicas graves, ya que los materiales que principalmente se utilizan son madera, que es una fuente de recursos renovable y existe un mercado de reciclaje bastante activo, los materiales que se desechan no suelen ser tóxicos.

En lo que respecta a la economía en la fabricación, facilita métodos por los cuáles se puede identificar las cifras mínimas de producción para que un producto sea rentable económicamente. Dando opción de retirar productos con un nivel de producción bajo o aumentando su producción potenciando su oferta de algún modo. Existen muchos sistemas económicos que hacen que la fabricación sea lo más eficaz a la hora de generar beneficios para las empresas.

Los muebles son creados con una finalidad concreta y se han creado a lo largo de la historia estándares que determinan como deben de ser los muebles para ser más eficaces a la hora de cumplir su función. Son claros ejemplos de estos estudios la ergonomía en las sillas y mesas de oficina. Para su determinación se han tenido que hacer estudios que han revelado cuales son las medidas adecuadas para que la salud de los usuarios se respete al máximo en la medida de lo posible.

3.4 EL MENSAJE DEL MUEBLE

El mensaje que pueden llevar implícito los muebles es muy potente, como se comentaba anteriormente, los muebles son un claro indicador de nivel social. La selección de los muebles por parte de un usuario concreto para su hogar, pueden definir el perfil de usuario, ya que esta selección de mobiliario hará que otras personas identifiquen a esa persona en un estatus concreto. Qué gente decide el usuario ser depende de la estructura social local en la que vive y a la que quiere

aspirar, en gran medida de ello depende el mensaje que quiere dar con los muebles que decide tener en su hogar.

Las sociedades urbanas occidentales destacan por tener arraigada una jerarquía social. Las personas dentro de la sociedad en la que desarrollan su vida por norma general están dispuestas y con intención de subir de escalón, hacia un lugar más alto dentro de su jerarquía, lo que ocurre es que hay veces que las personas no pueden ascender de forma inmediata a ese escalón y la única solución que les queda, es aparentar ser dignos y estar dispuestos y preparados para tal subida. Los muebles al igual que la ropa se utilizan como indicador de la posición social en la que se sitúa un individuo y la preparación de dicha persona para una subida eventual de estado.

Entonces podemos decir que la razón de que los estilos de los muebles de la aristocracia europea hayan sido imitados por las clases coexistentes más bajas a ellos. Esta imitación explica cómo se propagan los estilos de muebles en la sociedad, y por qué los estilos vienen en existencia repetidas veces. La razón es que la aristocracia dominante no puede permitir tener durante un periodo de tiempo largo un sólo estilo. Si se mantuviera un estilo por mucho tiempo los imitadores acabarían alcanzar una perfección igual del estilo, y no se distinguirían por ello. Con lo que la clase alta está obligada a modificar continuamente su estilo de vanguardia, condenando así a los imitadores a tener un estilo levemente pasado.

Hoy en día la aristocracia ha perdido su posición como la clase social más envidiable, mucha gente todavía trae los modelos para su hogar intentando imitar los escalones más distinguidos de la sociedad, puede que hoy en día dichos escalones sean la nueva clase tecnócrata o de meritocratas, o los ídolos de la música o deporte. Estas personas suelen mostrar en revistas sus hogares y de ahí pueden surgir tendencias observables por un público grande y deseoso de ascenso, aunque sea sólo aparentar, estar al nivel. En la actualidad podemos observar casos parecidos en internet, los bloggers y youtubers más seguidos en las redes crean tendencias que afectan directamente sobre ámbitos concretos de la sociedad. La diferencia con las generaciones anteriores, es que hoy en día las personas son más libres de elegir sus modelos de hábitos, pueden reflexionar y escoger en qué grupo de personas desean situarse y qué estilo o que género de mueble es apropiado. Con la selección apropiada de muebles, ropas y de otras pertenencias personales, puede llegar a mandarse muchos mensajes desde asociación a un grupo, pasando por actitudes, humores y sentimientos que pueden mostrar a las personas que acude a su hogar. La gran multiplicidad de mensajes que el público desea hoy entregar, hace casi imposible componer una teoría semiótica de muebles, y el método que es utilizado por los diseñadores de muebles, cuando quieren enviar un mensaje directo con sus muebles, lo realizan mediante tanteo, y es el público el que decide si tomar o dejar, y por lo tanto el diseñador entiende como aceptado el mensaje cuando se corrobora su aceptación en el mercado.

La estética de los muebles, en este punto se puede concluir que es placentero estar

rodeado de objetos hermosos, también se puede decir que hay muebles más hermosos que otros, pero resulta complicado dar argumentos sobre nuestras preferencias y convencer con ellos al resto para que crean lo mismo. Según la hipótesis de la comprensión gradual, el placer estético es una sensación que se produce cuando una persona aprecia algo de interés sobre un objeto, este descubrimiento produce una sensación que gratifica y al revés, si no existe ningún enigma en el objeto que se visualiza, y revela su contenido fácilmente, la sensación de belleza sigue pasándose por alto y no llega a transmitirse. También se ha estudiado que el ser humano no es capaz de recibir grandes cantidades de información en una misma vez, y existe un límite cuantitativo en la cognición humana. Un producto que pretenda revelar varios mensajes estéticos, debe hacerlo de forma gradual, ya que el público no va a poder recibir el mensaje completo en un sólo destello.

Para poder transmitir un mensaje de manera adecuada, debemos de contar con un ambiente normal, que revele un contenido superficial y darle fuerza con elementos que revelen un contenido profundo del mensaje que queremos dar a nuestro público, al encontrar este mensaje más profundo por parte del público dentro de la escena, se produce la sensación agradable de conseguir descifrar el enigma.

Según los resultados de la psicología cuantitativa de la percepción, el placer estético crece según la capacidad que tenga el hecho observable de generar información nueva para el espectador cercana al límite máximo de percepción humana (100 bits por segundo). Con lo que, si queremos poder mandar mensajes concretos acerca de nuestro estatus o de nuestra forma de ser, mediante los muebles debe de hacerse de forma controlada e intentar generar mensajes similares con el resto de ambientes para que llegue a generarse un mensaje más profundo.

Resulta complicado generar estos puntos interesantes o focales en los muebles, entre ellos podemos destacar varios que harán que el espectador preste más atención al mueble en concreto:

- Características que van derivadas de los estándares
- Detalles que se repiten dentro de una misma estancia, provocando que el espectador se fije en el conjunto de muebles con características similares y se muestre intrigado por descubrir cuáles son sus similitudes y diferencias
- Características que se asocian a otros ambientes, como serían detalles que se asemejan a formas vegetales
- Mensajes simbólicos de conformidad con un estilo de vida o protesta contra este.
- El producto será más interesante si puede ser utilizado de diferentes maneras, o si el usuario puede adaptarlo a sus necesidades.
- Una calidad de detalle y de precisión excepcional.

No hay mucha teoría que de respuestas a estas preguntas todavía. En el desarrollo

de productos, el diseñador tiene que confiar en su propio juicio estético y los ejemplos que se dan en el mercado para elaborar un producto exitoso y con capacidad para generar sensaciones de placer estético.

La seguridad en los muebles está especialmente controlada, y existen métodos para estudiar y analizar los riesgos que cada mueble puede contemplar, con el fin de definir las medidas necesarias para evitarlo, esto conlleva una evolución en los productos para hacerlos más seguros, en ocasiones hay estándar de calidad tipo ISO, que lo que pretenden es hacer que estos riesgos desaparezcan.

Todos estos aspectos es interesante tenerlos en cuenta a la hora de enfocar una estrategia dirigida hacia un público concreto, el cuál sabemos que se va a ver atraído por esta idea de negocio, de manera que es posible captar mejor su atención y convencerlo y hacerlo participe de la idea, apropiándose de ella y queriendo hacerla suya, y compartirla con los demás.

3.5 EXPERIENCIA DE COMPRA

Apuntar la siguiente definición que viene expresada dentro del libro Nuevas formas de habitar:

“La experiencia de compra se puede definir como el conjunto de emociones positivas generadas en el proceso de compra o de consumo de un bien o servicio y que afectan a la respuesta del consumidor, bien sobre sus actitudes e intenciones respecto a una marca o producto, bien sobre su comportamiento efectivo de compra y su vinculación con el vendedor tras la compra.”

Con esta definición se pretende dar importancia al punto de venta, una conexión que se está haciendo cada día más sencilla con las nuevas tecnologías de la información. Un punto en el cuál una tienda de muebles actual debe de invertir gran parte de su tiempo, ya que le va a proporcionar un tráfico de posibles compradores más abundante que la tienda física. Esta es una característica que al igual que la artesanía, hay que pulir con el tiempo, y que se cree que es una de las cosas que puede aportar las tiendas a los artesanos, ofreciendo los productos de estos, en sus webs y fomentando de ese modo la artesanía Valenciana.

Se considera importante definir algunos de los aspectos más relevantes a la hora de elegir un mueble, entre otros se consideran los siguientes:

- Capacidad.
- Dimensiones.
- Durabilidad.
- Dureza o resistencia a los golpes.
- Estética, estilo de mueble.
- Estabilidad o resistencia a soportar un peso.
- Ergonomía.
- Proceso de fabricación.

Desde el punto de vista descriptivo un mueble es lo que es físicamente, está compuesto por un determinado material y tiene una forma concreta. Pero existe también un aspecto social en lo que respecta a los muebles y que ha marcado la historia de la humanidad, siendo piezas claves que dotaban de poder a las personas que las podían utilizar. Con lo que también, además de lo que es un mueble en sí físicamente, ha de incluirse el valor social que tiene.

CAPITULO 4

EL MUNDO DE LA ARTESANÍA

4.1 DEFINICIÓN

La definición de artesanía tiene 3 acepciones:

1. Tecnológica: Esta aproximación lleva a una definición que incluye actividades de carácter fundamentalmente manual y con cierto sentido artístico.
2. Antropológica: La tradición es la que asigna a estos productos una función dentro de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda actividad, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.
3. Cultural: El concepto artesanía se funde con el de «arte popular», entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente

manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas.

Fuente: El sector artesano en España: diez años de evolución, DGPYME 1987.

También se considera oportuno presentar las 3 definiciones que ofrecen la Unesco, La Unión Europea y la Legislación Española

A nivel internacional, la UNESCO define la artesanía de la siguiente manera: “Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente” (UNESCO, 1997).

En cuanto a la Unión Europea (UE), en el año 2003 la Comisión adoptó una nueva recomendación sobre la definición para las pequeñas y medianas empresas en la que se reconocen como empresas las actividades incluidas en el ámbito de la economía social y las empresas de artesanía (Diario Oficial de la Unión Europea L124, de 20 de mayo de 2003). No obstante, en la misma recomendación se establece que «las empresas artesanales continuarán definiéndose a nivel nacional, en función de sus especialidades» por lo que se renuncia a establecer un criterio común.

El Real Decreto 1520/1982, de 18 de junio sobre Ordenación y regulación de la Artesanía establece lo siguiente: “Se considera artesanía a los efectos de esta disposición la actividad de producción transformación y reparación de bienes o prestación de servicios realizada mediante un proceso en el que la intervención personal constituye un factor predominante, obteniéndose un resultado final individualizado que no se acomoda a la producción industrial, totalmente mecanizada o en grandes series”

Comunidad Valenciana Ley 1/1984, de 18 de abril, de Ordenación de la Artesanía: "La actividad de creación, producción, transformación o reparación de bienes y la prestación de servicios realizada mediante un proceso en el cual la intervención personal constituye un factor predominante y que da como resultado la obtención de un producto final individualizado, que no es susceptible de una producción industrial totalmente mecanizada o en grandes series".

Una vez presentadas las definiciones se puede diferenciar que entre las tres hay varias diferencias, en la definición que aporta la Unesco, se hace una definición amplia que se centra su atención en que los productos deben derivar de un proceso artesanal y ser elaborados de forma manual y directa por un artesano.

En cambio, en las definiciones que se presentan en el Real Decreto 1520/1982, de 18 de junio sobre Ordenación y regulación de la Artesanía y Ley 1/1984, de 18 de abril, de Ordenación de la Artesanía, se habla del mismo concepto, pero se le aporta al producto una característica adicional, la individualidad, por ello se puede proponer que las definiciones que aportan estas leyes a nivel nacional dotan al concepto de un valor artístico.

También indicar que la Unión Europea no define de forma concreta el concepto de artesanía, y deja este aspecto a concretar por los Estados Miembros. Lo que da a entender que La Unión Europea tiene discrepancias en cuanto a lo que es el concepto en sí de artesanía a nivel europeo y como bien explica, prefiere dejar el término a concretar por cada estado y que cada uno lo defina de la mejor manera posible.

4.2 REGISTRO DE ARTESANÍA

El registro, que integra con carácter administrativo a todas las personas y empresas artesanas, está presente en todas las comunidades, así como en las diputaciones forales del País Vasco y Navarra.

Cinco comunidades autónomas —Aragón, Balears, Canarias, Extremadura, Galicia, Murcia— y las tres diputaciones forales han desarrollado una normativa específica para regular las condiciones de acceso al registro, explicar sus características, etc. En el resto de comunidades dicha información se recoge en la normativa básica de regulación del sector.

Respecto a la nomenclatura del registro, ésta se caracteriza por su variedad, dado que hace referencia tanto a las actividades artesanas, a los artesanos y artesanas, como a los Maestros Artesanos, a las empresas o a los talleres.

Se puede tomar como clasificación de la actividad artesana dentro del sector a nivel nacional la siguiente clasificación:

- El CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas), clasifica la actividad dentro de la industria manufacturera D, las actividades relacionadas con el sector de la madera, corcho y muebles se clasifican básicamente bajo dos grupos:
- DD20, Industria de la madera y del corcho, excepto muebles, cestería y espartería, en el que estarían incluidos el aserrado y cepillado de la madera, la preparación industrial de ésta, la fabricación de chapas, tableros contrachapados, alistonados de partículas aglomeradas, de fibras y otros tableros y paneles, así como la fabricación de estructuras de madera; es decir, lo que podemos denominar como transformación de la madera.
- DN36, fabricación de muebles, otras industrias manufactureras, agrupa la fabricación de muebles de oficina y establecimientos comerciales, la fabricación de muebles de cocina y baño, la fabricación de muebles domésticos y la fabricación de muebles de jardín.

Para la clasificación de productos está estipulado el arancel armonizado TARIC, grupo 94 donde se encuentran las siguientes actividades agrupadas por epígrafes:

- Epígrafe TARIC 94.01, Asientos y partes de asientos, se incluyen las siguientes: asientos destinados a automóviles; asientos giratorios, asientos transformables en cama; asientos de rattán, mimbre, bambú o materiales similares; asientos con armazón de madera; asientos con armazón de metal; otros asientos, excepto los anteriores y partes de asientos.
- Epígrafe TARIC 94.03, muebles y partes de muebles, se incluyen: muebles de metal de oficina; camas de metal; otros muebles de metal; muebles de madera de oficina (excepto asientos); muebles de madera de cocina (excepto asientos); muebles de madera de dormitorios (excepto asientos); muebles de madera de comedores y cuartos de estar; muebles de madera para tiendas y almacenes; otros muebles de madera; muebles de plástico; muebles de otras materias; partes de muebles de metal; partes de muebles de madera; partes de otros materiales.

También es importante la distinción que algunas de las comunidades autónomas conceden a los artesanos, este distintivo tiene el nombre de Carta de Maestro/a Artesano/a.

Son pocas las comunidades autónomas que regulan en su normativa la distinción o reconocimiento de Maestro/a Artesano/a. Las normativas que contienen esta regulación corresponden a las comunidades de Andalucía, Asturias, Baleares, Canarias y Castilla-La Mancha. Concretamente las comunidades isleñas lo regulan a través de una Orden específica. Cabe señalar también que la Comunidad de Madrid no reconoce la Carta de Maestro Artesano como tal, pero sí la Carta de empresa artesana.

La comunidad autónoma valenciana no dispone tampoco de dicha carta y que sería de gran ayuda para el sector disponer de una normativa que regule y distinga a las empresas o individuos que realizan un trabajo propiamente artesanal. La única acreditación que disponen los artesanos dentro de la Comunidad Valenciana, la otorga el centro de artesanía.

El Documento de Calificación Artesana (D.C.A.) es un documento de obtención voluntaria que acredita a los artesanos y empresas artesanas ante la Administración Pública, y cuya posesión resulta indispensable para poder acogerse a cualquier ventaja que, legal o administrativamente, pueda establecerse por ésta para las industrias artesanas de la Comunidad Valenciana, así como participar en las actuaciones relativas al programa de promoción activa de la artesanía desarrollado por el Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana.

Cada comunidad intenta fomentar la artesanía a su modo, intentando que se conserve en esencia la artesanía y no pierda el valor que tiene, ya que lo que se pierda hoy en este terreno, difícilmente podrá recuperarse en el futuro. La artesanía es en sí una forma de trabajar, un arte que cada artesano expresa a su manera, y comparte con sus discípulos, y esta es la forma más sencilla de transmitirse, si se pierde esta conexión, perdemos una parte de la artesanía y al final tan sólo quedarán las obras, que con el tiempo irán desapareciendo.

Relacionado con la calidad también se pueden encontrar Comunidades Autónomas que, con el fin de dar distinción a sus productos artesanos, crean marcas o denominaciones, de modo que se desmarcan del resto de productos que no pertenecen al mismo grupo. De este modo se acredita o certifica que los productos

dentro de cada grupo van a aportar cierto nivel de calidad establecido por cada grupo, lo que le proporciona al cliente final una tranquilidad, ya que está adquiriendo un producto que está reconocido a un nivel autonómico.

Como conclusión indicar que en España existe un cierto nivel de concepción de la artesanía como un oficio que se caracteriza por su carácter manual, que está regularizado a nivel autonómico de manera distinta. En España se considera que un producto artesano es el realizado de forma artesanal y se le concede un cierto valor artístico que hace que el producto pueda diferenciarse del resto de productos que se pueden encontrar en el mercado.

CAPITULO 5

ECONOMÍA CIRCULAR

5.1 DEFINICIÓN

Según la web de Ellen Macarthur Foundation “la economía circular es reparadora y regenerativa, y pretende conseguir que los productos, componentes y recursos en general mantengan su utilidad y valor en todo momento. Este concepto distingue entre ciclos técnicos y biológicos. Consiste en un ciclo continuo de desarrollo positivo que conserva y mejora el capital natural, optimiza el uso de los recursos y minimiza los riesgos del sistema al gestionar una cantidad finita de existencias y unos flujos renovables. Además, funciona de forma eficaz en todo tipo de escala.”



Figura 2 Economía Circular Fuente: (PEMAR) 2016-2022

Una definición muy acertada y que va muy ligada al pensamiento que prevalece en el presente proyecto, donde la idea principal es reutilizar y hacer eficaces los recursos que se disponen y no consumir más de lo necesario.

En la web Economía Circular, se puede ver una referencia a este concepto en el conjunto de Europa y habla de las 7 iniciativas que forman parte de la estrategia Europa 2020, comenta que la Unión Europea pretende difundir este concepto entre sus estados miembros, para que en el conjunto de la Unión se utilicen los recursos eficazmente. Habla de que es una de las principales estrategias para generar crecimiento y empleo.

Esta iniciativa emblemática pretende crear un marco político destinado a apoyar el cambio a una economía eficiente en el uso de los recursos y de baja emisión de carbono que nos ayude a:

- mejorar los resultados económicos al tiempo que se reduce el uso de los recursos;
- identificar y crear nuevas oportunidades de crecimiento económico e impulsar la innovación y la competitividad de la UE;
- garantizar la seguridad del suministro de recursos esenciales;
- luchar contra el cambio climático y limitar los impactos medioambientales del uso de los recursos.

Ofrece un marco de medidas a largo plazo y, de manera coherente, otras a medio plazo entre las cuales ya está identificada una estrategia destinada a convertir a la UE en una «economía circular» basada en una sociedad del reciclado a fin de reducir la producción de residuos y utilizarlos como recursos.

La economía circular es un concepto económico que se interrelaciona con la sostenibilidad, y cuyo objetivo es que el valor de los productos, los materiales y los recursos (agua, energía,...) se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, y que se reduzca al mínimo la generación de residuos. Se trata de implementar una nueva economía, circular -no lineal-, basada en el principio de «cerrar el ciclo de vida» de los productos, los servicios, los residuos, los materiales, el agua y la energía.

5.2 ASPECTOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Se puede afirmar que la economía lineal actual ha alcanzado ya su límite, y que cada vez más está siendo sustituida por otro tipo de pensamiento. Los recursos naturales se agotan y es necesario cambiar nuestro modelo de economía, que está obsoleto, puesto que ya no se puede seguir consumiendo recursos por mucho tiempo, sin llegar a agotarlos, existen fechas límite para los recursos que estamos utilizando en la actualidad, por ello es necesario un cambio de mentalidad. La economía circular propone un nuevo modelo de sociedad que utiliza y optimiza los flujos de materiales, la energía e incluso los residuos, con el objetivo de sacar el máximo rendimiento a lo que hoy se tiene. Este modelo contribuye a que se genere una economía más segura, con menos riesgo de que se paralice por falta de recursos, situación que es muy probable que ocurra de no cambiar de pensamiento.

Está comprobado que esta manera de pensar reporta beneficios a la sociedad, y uno de ellos es sin duda el empleo, el sector de la gestión de residuos representa en España miles de puestos de trabajo.

Este modelo tiene que empezar desde el diseño de los productos, es conocido por todos que los productos están diseñados para que el consumidor tenga que reponerlos, es la tan famosa estrategia de la obsolescencia programada. Pues bien, se deben diseñar los productos para que esto no ocurra o por lo menos que puedan intercambiarse o tener un plan renove programado en el que el fabricante pueda utilizar ese mismo producto para realizar el siguiente. De modo que un residuo se convierta en una materia prima, y así evitar que este producto se salga del ciclo vital, con la finalidad de alargar su vida lo máximo posible. Al tener los recursos en el mismo sitio que se desean reemplazar favorece que se generen empleos locales y no desplazables.

5.3 PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

La economía circular descansa en varios principios:

- La eco-concepción: se pretende que cuando se crea la idea del producto se tengan en cuenta todos los impactos que puede generar el producto y se integre dentro de la concepción del producto una planificación para hacer que estos impactos sean los menores posibles.
- La ecología industrial y territorial: gestionar de forma optimizada los stocks y de los flujos de materiales, energía y servicios dentro de un mismo territorio, a modo de no requerir de una excesiva ayuda o disposición de materiales o servicios externos.
- La economía de la “funcionalidad”: fomentar el uso de servicios, frente a la posesión de los bienes.
- El segundo uso: reintroducir en el ciclo de vida aquellos productos que ya no se corresponden a las necesidades iniciales del consumidor que los adquirió, como se ha comentado anteriormente, para ello deberá realizarse un planteamiento inicial, en el que se tenga en cuenta la evolución que va a tener dicho producto y fabricarlo con la idea de poder reprogramarlo para un uso adaptado futuro.
- La reutilización: reutilizar los residuos o ciertas partes de los mismos, que todavía pueden ser útiles para la elaboración de nuevos productos.
- La reparación: encontrar una segunda vida a los productos estropeados.
- El reciclaje: aprovechar los materiales que se encuentran en los residuos.
- La valorización: aprovechar energéticamente los residuos que no se pueden reciclar.

En el proyecto actual se van a proponer opciones de reutilización orientadas a modificación de los productos actuales, reutilización, reparación, reciclaje, valorización y por último eliminación. En la figura 3 se pretende escenificar cual es el objetivo europeo para 2020, y por el cual se deben de interiorizar dichos principios, para que se pueda conseguir un objetivo común, seguir disfrutando de los recursos que nos da el planeta y poder compartirlos con las generaciones posteriores.



Figura 3 Jerarquía Europea en la Gestión de Residuos Fuente: Programa Estatal de Prevención de Residuos

5.4 ACTORES DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

La economía circular está dirigida:

- Entes públicos, que son los encargados de dirigir el desarrollo sostenible, incentivando las propuestas que se generen en la sociedad encaminadas a conseguir proyectos sostenibles tanto a nivel de empresas como a particulares, también son los encargados de gestionar el territorio y sería recomendable que se usaran los espacios públicos de manera que pudieran servir como medio de ayuda para dichos proyectos sostenibles.
- Empresas que deben buscar además de sus resultados económicos primordiales para el desarrollo de su actividad, beneficios sociales que pueden generar con el desarrollo sostenible de su actividad, y realizando el menor impacto posible sobre el medio dónde se realiza su actividad.
- La sociedad debe controlar sus necesidades, en el sentido que debe valorar muchos aspectos de un producto o servicio antes de adquirirlo, ya que de su comportamiento depende en gran medida, que las empresas modifiquen su forma de actuar.

La economía circular necesita que haya una armonía entre estos tres actores, de modo que la administración controle que se hagan las cosas de la manera más adecuada, las empresas contribuyan a generar modelos económicos sostenibles y

la sociedad pueda ser parte activa de todo este proceso, valorando y siendo consciente del consumo de recursos que utiliza.

5.5 MARCO LEGAL EN EL QUE SE SUSTENTA LA ECONOMÍA CIRCULAR

Del Anexo 1 relativo al PLAN ESTATAL MARCO DE GESTIÓN DE RESIDUOS (PEMAR) 2016-2022 se puede extraer un marco legal muy favorable para la creación de una economía respetuosa, puesto que este plan se establecen competencias muy concretas a entes con gran poder para legislar en post del progreso hacia una economía circular de calidad.

Se puede extraer también de dicho plan no sólo unas intenciones, sino una necesidad de conseguir unas metas, planteando unos objetivos muy concretos en cuanto a la responsabilidad sobre los residuos que genera cada estado miembro de la unión. Con lo cual se puede afirmar que existe un respaldo legal que va a dotar de instrumentos a las empresas y a la sociedad para poder hacer realidad una economía sostenible, que fomente y haga realidad en todos los ámbitos la reutilización, el reciclado y la valorización de los recursos existentes.

Como se expone en el PROGRAMA ESTATAL DE PREVENCIÓN DE RESIDUOS 27.11.2013:

“Los residuos generados en los hogares junto con una parte significativa de los residuos comerciales son gestionados por las entidades locales y se les denomina residuos de competencia municipal. Al analizar la evolución de la generación de residuos cuya gestión es competencia municipal en España en los últimos 10 años, se observa que la generación se ha ido incrementando hasta el año 2008, para reducirse desde entonces hasta llegar en 2011 a niveles similares a los de 2006 (Gráfico 1). En los últimos años se ha incrementado la recogida de ropa en las ciudades y han comenzado a surgir tiendas de segunda mano. También se han incrementado las actividades de reparación y reutilización de muebles. Actividades que en la mayoría de los casos son llevadas a cabo por asociaciones y entidades de economía social (Aeress, Cáritas, Roba Amiga, etc).”

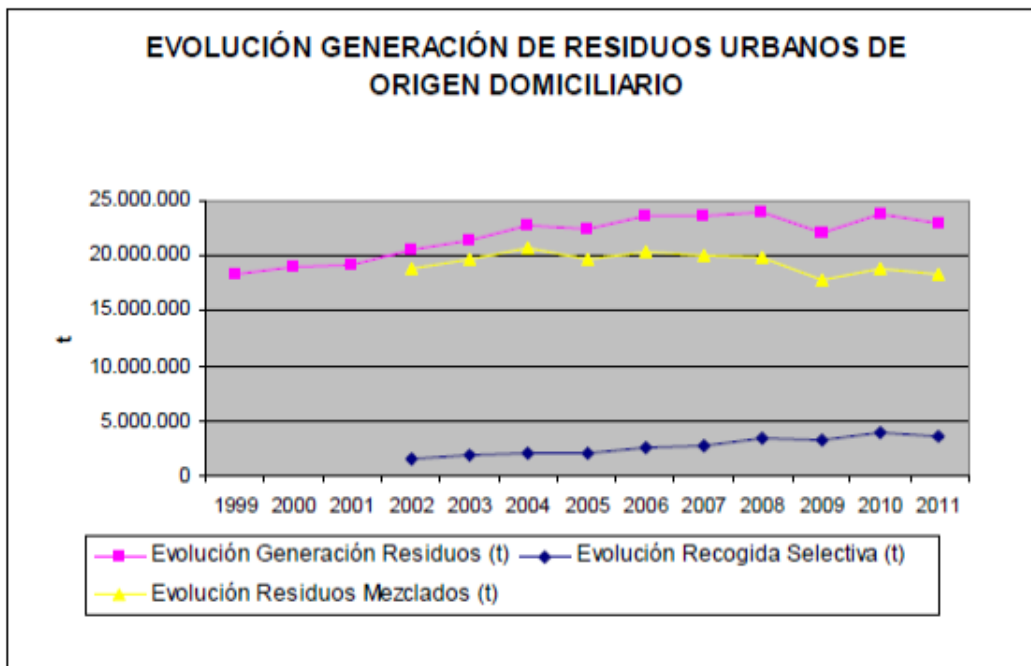


Gráfico 1. Evolución de la generación de residuos de competencia municipal. Fuente. MAGRAMA-INE

Estos datos apoyan la idea de que cada vez son más las empresas que están dándose cuenta de que existe la posibilidad de realizar una recogida previa, y que de ella se pueden conseguir unos recursos muy valiosos, no estamos hablando únicamente de valor monetario, se trata de recursos que están en nuestras calles, al alcance de quien les pueda sacar utilidad. Estos recursos tienen un valor social y medioambiental incomparable, ya que, de no ser reutilizados, pasan a ser un residuo sin valor, con valor 0. Pasar de 0 a un recurso utilizable para la sociedad de hoy en día, cada vez va a ir siendo más importante. Estos datos indican que además de que lleva tiempo engrasándose la maquinaria para la economía circular, que las personas cada vez están más abierta a comprar artículos de segunda mano, lo que le da a este proyecto gran viabilidad, ya que este proyecto va encaminado justamente a eso, a no desperdiciar recursos.

Otro dato interesante que nos aporta el PROGRAMA ESTATAL DE PREVENCIÓN DE RESIDUOS 27.11.2013 es la composición de la bolsa tipo, dice así:

“El Plan Piloto de Caracterización de residuos de origen doméstico realizado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2011) ha determinado la composición de los distintos flujos que componen los residuos de competencia

municipal (fracción orgánica, envases ligeros, vidrio, papel y resto) y a partir de esta información se ha estimado la composición de la bolsa tipo, que se refleja en el Gráfico 3. La fracción orgánica representa el 42.7% del total, el papel/cartón el 18.7 %, los envases ligeros el 14.0%, el vidrio el 6.9 % y el resto el 17.6% que incluiría residuos de muebles, aparatos eléctricos y electrónicos, pilas y textiles. La fracción orgánica es la más relevante cuantitativamente, seguida del papel y cartón y de los envases ligeros.” En el gráfico 4 hace referencia a la composición de la bolsa tipo de residuos.

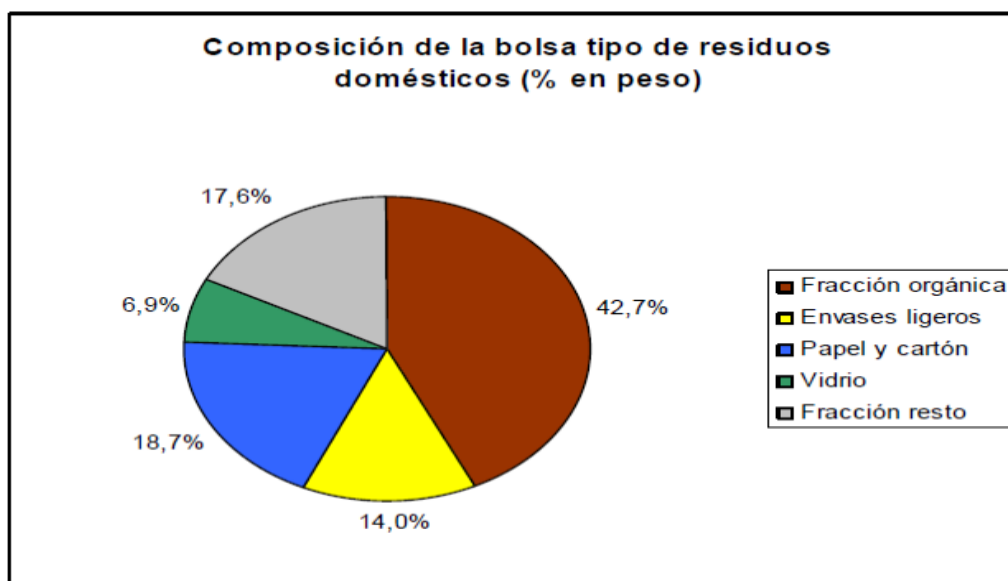


Gráfico 2 Composición de la bolsa tipo de residuos domésticos Fuente. MAGRAMA-INE

Como se puede extraer del gráfico 4, el 17.6% de los residuos está compuesto por muebles, aparatos eléctricos y electrónicos, pilas, textiles. Dicho porcentaje es un porcentaje bastante considerable y por ello trabajando en él puede reducirse considerablemente, de modo que la bolsa de basura tipo se reduzca considerablemente. Hay que tener en cuenta que los muebles es además un tipo de artículo muy voluminoso y que, si conseguimos reducir en número, en volumen se notarán mucho los resultados positivos que de una nueva gestión más responsable pueden surgir. Como se expondrá en este proyecto existe un modelo más respetuoso que el actual, y que es fácil de mejorar, igual al principio puede resultar costoso y difícil de realizar, pero a medio y largo plazo, va a asegurar que los muebles que desechamos actualmente se conserven mejor y puedan reintroducirse en nuevo ciclo de vida.

El mismo plan establece unas líneas de impulso y reutilización de la vida útil de los muebles y otros materiales encasillados en el mismo grupo que estos. Con este fin se promoverá el establecimiento de tiendas dedicadas a la reparación y a los arreglos, así como a la venta de segunda mano. También se establece en el plan:

- La realización de campañas de sensibilización para fomentar la entrega de muebles, juguetes, libros y ropa, a centros de reutilización y para fomentar su consumo.
- El establecimiento de redes de recogida y tiendas de segunda mano de muebles, juguetes, libros y ropa para su reutilización. Así como creación de bancos de muebles y textiles para su reutilización.

En la tabla 4 extraída directamente del Plan se puede apreciar las líneas que van a seguir la administración con sus actuaciones, de manera que va a fomentar el establecimiento de tiendas de arreglos y muebles de segunda mano. Va a promover campañas de sensibilización orientadas al público en general, con la intención de generar entregas de muebles. Y por último establecer redes de recogida de muebles y tiendas de segunda mano.

Tabla 4 Resumen de medidas propuestas por área prioritaria, agentes responsables y líneas estratégicas Fuente: Programa Estatal de Prevención de Residuos

Tabla resumen de medidas propuestas por área prioritaria, agentes responsables de su puesta en práctica y las líneas estratégicas a las que contribuyen										
ÁREAS PRIORITARIAS	MEDIDAS PROPUESTAS	LINEAS ESTRATÉGICAS				AGENTES				
		1	2	3	4	AGE	CCAA	EELL	Industria y servicios	Consumidores y EESS
	Realización de campañas de sensibilización para fomentar la donación/venta a centros de reutilización y su consumo		x			x	x	x		
	Establecimiento de redes de recogida y tiendas de segunda mano de AEEEs usados con vistas a su reutilización		x				x	x	x	x
Muebles, juguetes, libros y textiles	Promoción del establecimiento de tiendas dedicadas a la reparación/arreglos y a la venta de segunda mano		x				x	x	x	x
	Realización de campañas de sensibilización para fomentar la entrega de muebles, juguetes, libros y de ropa a centros de reutilización y su consumo		x			x	x	x		
	Establecimiento de redes de recogida y tiendas de segunda mano de muebles y ropa		x				x	x	x	x
Productos de usar y tirar	Campañas de educación y sensibilización para promover el uso de otros productos equivalentes con una vida útil más larga o reutilizables.		x			x	x	x		
	Promoción de experiencias piloto al objeto de sustituir estos productos de corta duración por otros más duraderos	x	x			x	x	x		
Todas	Creación de una comisión técnica en la que participen centros tecnológicos, organismos públicos de investigación y universidades cuyo objetivo fundamental sea avanzar hacia una producción más limpia	x	x			x	x		x	
	En el marco de la Comisión de coordinación en materia de residuos, análisis y clarificación de los conceptos de reutilización y preparación para la reutilización al objeto de establecer adecuadamente el marco jurídico aplicable a estas operaciones.	x	x			x				
	Mejorar la información cualitativa y cuantitativa disponible sobre el consumo de productos, la gestión de sus residuos y sus impactos ambientales	x	x			x	x	x		

Siguiendo con el análisis en la tabla 5, que hace referencia a los residuos urbanos, categoría a la que pertenecen los muebles provenientes de los hogares de los ciudadanos. En esta tabla se recogen los objetivos del plan estratégico de prevención, que van encaminados a reducir la cantidad de residuos urbanos, aumentar su reutilización, estableciendo objetivos cuantitativos que marquen el ritmo al que deben implantarse las medidas para corregir las actuaciones actuales. También destacar de las medidas de prevención, la intención conseguir acuerdos con los agentes económicos para conseguir reducir de forma considerable la cantidad de residuos, en el caso de los muebles, se plantea como medida de reutilización como hemos comentado en el anterior apartado, la reutilización de los muebles fomentando los mercados de venta de segunda mano.

Tabla 5 Objetivos, Medidas de Prevención y Reutilización Fuente: Programa Estatal de Prevención de Residuos

	Objetivos	Medidas de Prevención	Medidas de Reutilización
Residuos Urbanos de Origen Domiciliario	<ul style="list-style-type: none"> Cumplir la legislación en materia de prevención de envases Reducir la cantidad y nocividad de los residuos de envases. Se establecen objetivos cuantitativos de reducción de RE y objetivos para bolsas comerciales de un solo uso. Aumentar la reutilización de envases de vidrio para determinados alimentos líquidos, especialmente en el canal HORECA, y de envases industriales y comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos voluntarios con los agentes económicos que participan en la cadena de envasado y comercialización para fomentar la prevención de envases y residuos de envases en cantidad y en su impacto sobre el medio ambiente (materiales, sustancias presentes en los envases). Fomento del ecodiseño con fines de prevención. Continuación y ampliación de los programas de compostaje doméstico y comunitario. Campañas para la información y sensibilización orientadas a los consumidores, empresas y servicios para enfatizar el papel que éstos juegan en la mayor o menor producción de residuos, en particular para reducir los residuos de envases (especial atención a las bolsas comerciales de un solo uso). 	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos voluntarios para promover el uso de envases reutilizables: por ejemplo: bolsas reutilizables en comercios y grandes superficies, envases de vidrio para determinados alimentos, especialmente en el canal HORECA y similares, establecimiento de SDDR, etc. Fomento de los mercados de segunda mano (electrodomésticos, muebles, ropa). Norma sobre adquisición por parte de las Administraciones de productos en envases reutilizables

5.6 BENEFICIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Los beneficios que puede aportar la economía circular a la sociedad actual son muchos, entre ellos podemos destacar la disminución del uso de recursos, reducción de residuos y limitar el consumo de energía. Además de estos beneficios que son puramente ambientales, como ya se ha comentado con anterioridad la economía circular actúa como reactivador de la economía, en el sentido que crea riqueza y empleo en el territorio dónde se implanta y sin lugar a duda la economía circular permite generar ventajas competitivas con respecto a otras economías que no tienen implantada esta manera de actuar.

En 2014, el Comisario Europeo de Medio Ambiente, Janez Potocnik, durante el 3º Fórum Internacional sobre Economía – Eficiencia de los recursos, señaló que “es necesario transformar Europa en una economía eficiente en los recursos, aunque

solo la eficiencia no es suficiente. También hay que asegurarse de que una vez que hemos utilizado nuestros productos, nuestros alimentos y nuestros inmuebles, seleccionamos los materiales de estos y los usamos una y otra vez. Cada año, en Europa, se utilizan un promedio de 16 toneladas de materiales por persona para mover nuestra economía. Y además, alrededor de 6 toneladas por persona se convierten en residuos. Por otra parte, casi la mitad de los residuos generados terminan en vertederos.

La parte integral del enfoque de la UE para la eficiencia de los recursos debe desmarcarse de la economía lineal -donde se extraen los materiales de la tierra para fabricar los productos, usarlos y luego eliminarlos-, hacia una economía circular – donde los residuos y los subproductos, del final de vida de los productos usados, entran de nuevo en el ciclo de producción como materias primas secundarias. En definitiva, el uso de residuos como la principal fuente de materia prima fiable es esencial para la Unión Europea.

Existe una fuerte motivación económica y empresarial a favor de la economía circular y la eficiencia de los recursos. De hecho, la Comisión Europea, como órgano colegiado, ha adoptado la eficiencia de los recursos como un pilar central de su estrategia económica estructural Europa 2020”.

Esta declaración deja bien claro, como se pretende actuar desde Europa, y lo que se le va a exigir a todos los miembros de la unión es que sigan el ejemplo de economías que ya tienen implantados fuertes sistemas de economía circular. Un claro ejemplo es Finlandia, como se puede leer en la noticia en la web de finland.fi Finlandia como en muchos de los casos en lo que se refiere a eficiencia es un referente a nivel europeo y mundial. Según se expone en la noticia, se están descubriendo muchos beneficios de la implantación de un sistema circular de economía en el que se tienen en cuenta siempre en primer lugar la reutilización de los elementos utilizados en cualquier proceso productivo y se fomenta la utilización de productos de segunda mano.

También destacar la noticia del periódico digital Valencia Plaza del 12/05/2016 “ECONOMÍA CIRCULAR, LA SOLUCIÓN PARA UN PLANETA DE RECURSOS FINITOS” pone de manifiesto la relevancia del término, no tiene justamente nada que ver con los muebles, trata sobre soluciones en el sistema hidráulico, pero la esencia del concepto es la misma. Se quiere dar a entender con esto, que la economía circular está en boca de todos, y que cada vez más hay que tenerla en cuenta, en el sector

del mueble hay que buscar soluciones, para poder consumir los mínimos recursos posibles y generar cuantos menos residuos mejor.

CAPITULO 6

LA ENCUESTA

6.1 PROPOSITOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se va a encuestar a un número de clientes de entre 200 a 1000 y se espera obtener de esta encuesta unos resultados que apoyen este proyecto. Para la realización de la encuesta se ha seguido el tipo de muestreo bola de nieve.

Mediante la respuesta de varias de nuestras preguntas, se busca poder afirmar que el cliente final, está posicionado de manera responsable en el problema actual que concierne a todos. También se quiere saber el grado de compromiso que pueden llegar a adquirir estos clientes. Para ello se han elaborado varias preguntas que pueden mostrar de forma directa que opinan los clientes potenciales, acerca de los residuos que actualmente se generan entorno a la actividad del sector del mueble y el nivel de conciencia que tienen de que tras una compra de muebles nuevos se consume una cantidad de recursos y muchos de ellos se pierden una vez llegan sus muebles a casa y se instalan.

Con la realización de la encuesta se busca influir en el encuestado mientras que la va realizando, aportando información relevante y que puede despertar en los encuestados su lado más humano. Para ver si la encuesta ha afectado en su manera de responder, se ha formulado una pregunta al inicio y otra a final de la encuesta con el mismo contenido, en concreto la número 1 y la 15, para ver si el cliente ha variado su forma de pensar. De esta manera se quiere demostrar también que el cliente al principio puede que este aletargado y no tenga un impulso lo suficientemente fuerte para apostar por un proyecto responsable a la primera, y que con un trabajo de concienciación puede cambiar de opinión y apostar por lo que más le conviene a la sociedad y no centrarse únicamente en él.

En el Anexo 2 se pueden ver las preguntas y los resultados obtenidos en la encuesta.

6.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Conocer el grado de compromiso del cliente final con el medioambiente. Situar en una escala de elementos cual es de importancia del medioambiente en la opinión de los clientes.

Conocer el grado de conciencia general en cuanto a los residuos que se generan en la compra de un mueble. Y si tendrían en cuenta, a la hora de decidir donde compran sus muebles, que una empresa se haga responsable de los residuos que genera.

Hipótesis:

El cliente final valora que una empresa se haga responsable de los residuos que genera. Este hecho le llevará a pagar un coste más elevado por el producto que va a adquirir.

6.3 CONCLUSIONES:

Tras haber pasado la encuesta, se han obtenido 71 respuestas, de las cuales han sido el 50.7% respondidas por un público femenino y el 49.3% por un público masculino comprendido en edades desde los 21 a los 62 años. El grueso de los encuestados han sido personas cuya edad está comprendida entre los 24 y los 32 años de edad, representando este grueso de los encuestados un 69% del total. También decir que el 66.7% de los encuestados posee carrera universitaria, el 74.6% no tiene hijos y el 58% se considera soltero. Es un público interesante para el estudio, puesto que es gente joven, que va a empezar a vivir su vida independiente de sus padres y lo más probable es que se dispongan en poco tiempo a comprar muebles. A parte el estudio pretende tener vistas al futuro, con lo que interesa la opinión joven, que es la que va a tener protagonismo en el futuro próximo.

Se va a proceder a analizar el resultado obtenido de las encuestas una por una.

Pregunta 1: A la vista de los resultados obtenidos se observa como la compra de muebles se hace de forma muy habitual para las personas, siendo el 77.1% de los encuestados, los que manifiestan haber comprado muebles durante los últimos tres años. Siendo esta cifra del 50% durante el primer año y el resto de 1 a 3 años.

Pregunta 3: La compra de muebles se hace necesaria en función de las necesidades de cada uno, es por ello que el 56.3% de los encuestados manifiestan que la compra de muebles es debida a no disponer de muebles con esa utilidad. Un porcentaje importante de personas, el 14.1% manifiesta que se debe al cambio de domicilio, cosa lógica, ya que cuando uno se cambia de domicilio, los muebles del anterior

domicilio no suelen aprovechar, porque son medidas y distribuciones diferentes. El 11.3% y el 12.7% restante, se distribuyen en un cambio de aires y dar un toque más moderno.

Pregunta 4: La vida útil de los muebles es muy variable en función del uso del mismo, por ello el 30% de los encuestados manifiestan comprar muebles por estar deteriorados, mientras que el 15.7% y 14.3% los renuevan por gusto o por estar pasados de moda respectivamente. El 35.7% de los encuestados los renovarían por otro motivo que se desconoce. Esta respuesta nos indica que los muebles no se cambian únicamente por deterioro, siendo únicamente el 30% de los encuestados los que cambian los muebles con ese motivo, este dato apoyaría la idea, de que todavía puede alargarse la vida de los muebles durante más tiempo.

Pregunta 5: A raíz de los resultados obtenidos el 38% de los encuestados manifiestan no ser un inconveniente económico el presupuesto para comprar muebles, esto unido a que el 28.2% de los encuestados aseguran que tenían el dinero suficiente para cubrir su necesidad, hace que el 66.2% no tengan problemas económicos a la hora de elegir el mueble que les gusta, no siendo un inconveniente el precio a la hora de adquirir los muebles en cuestión. Con lo que podemos creer que se podría ajustar al alza un poco este presupuesto si estuvieran de acuerdo con pagar un poco más porque sus muebles continuaran en un ciclo de vida nuevo, fueran donados u otra alternativa que se propusiera.

Pregunta 6: La capacidad de decisión a la hora de elegir el mueble que uno quiera es relativamente rápida, a tenor de los resultados obtenidos, ya que el 38% manifiestan tenerlo claro antes de una semana y el 23.9% en el mismo día. Pocos son los indecisos que tardan más de un mes (9.9%).

Pregunta 7: La tendencia actual de los consumidoreses la compra de muebles nuevos, con un 78.9%, frente a 21.1% que los adquiere de segunda mano. De todos modos, se puede apreciar este dato como una tendencia a tener en cuenta, ya que un 21% es un dato bastante importante.

Pregunta 8: del 21,1% de los encuestados existe un 86.7% que lo ha hecho para uso propio, frente al 13,3% que lo ha hecho para uso ajeno. Con lo cual podemos extraer de este dato que la mayoría de personas que han comprado muebles de segunda lo ha hecho para uso personal y que por lo tanto les gusta la idea de comprar muebles para su hogar que han sido utilizados con anterioridad por otras personas.

Pregunta 9: el 73.3% de los encuestados que ha comprado muebles de segunda mano considera que lo ha hecho por su cualidad práctica y de precio económico, con lo que nos dice que la primera opción para elegir un mueble de segunda mano es la practicidad. También destacar que un 13.3% ha realizado su compra de muebles de segunda mano, por considera que el mueble que tiene historia le gusta.

Pregunta 10: La desinformación a la hora de conocer los métodos de restauración de mobiliario se hace patente en el 64.3% de los encuestados, frente al 35.7% de personas que manifiestan si conocer en que consiste.

Pregunta 11: A pesar de la desinformación a la que se hace referencia en el punto anterior, se observa como el 85.7% de los encuestados, estaría dispuesto a comprar muebles restaurados, lo que significa que potenciando este aspecto los usuarios estarían dispuesto a cambiar las costumbres a la hora de adquirir el mobiliario.

Pregunta 12: Lo indicado en el punto anterior se ratifica en que el 89.3% indica que los muebles restaurados, son muebles con encanto que no quieres perder y por el paso del tiempo deben de ser restaurados.

Pregunta 13: Los residuos que consideran las personas que más se generan a la hora de adquirir muebles son principalmente y por orden, los cartones, seguidos de los plásticos y de los herrajes. Con lo que podíamos tomar este resultado como negativo para el proyecto actual, ya que si fuera siempre así no dispondríamos de muebles para reutilizar. Pero si se tienen en cuenta las respuestas de la pregunta 3, en la que los encuestados afirmaban en un 56.3% no tener muebles con esa utilidad. Podemos decir entonces que de 40 encuestados que serían los restantes del 56.3% ha habido 27 que sí que ha considerado que sus muebles han sido una parte del residuo generado con su compra. 27 sobre 40. Con lo que se puede afirmar con un nivel de certeza alto que un 67.5% de las personas que han sustituido un mueble con la misma utilidad han considerado los muebles antiguos como un residuo.

Pregunta 14: La respuesta a esta pregunta ha sido unánime, pudiendo afirmar entonces que el 100% de los encuestados, tendría en cuenta que una empresa se hiciera cargo de los residuos que genera de forma favorable a la hora de realizar su compra.

Pregunta 15: En esta pregunta al contrario de lo que pensábamos que podía ocurrir de que los consumidores se concienciaran, ha sido, al contrario, la cantidad que ha considerado como valor más importante el medioambiente ha bajado con respecto

de la pregunta 1. Con lo cual no podemos afirmar que la encuesta haya servido para concienciar a los consumidores.

Pregunta 16: Esta pregunta ha obtenido unos resultados muy satisfactorios, puesto que sólo hay un 19.7% de los encuestados que no estaría dispuesto a pagar más por sus muebles, si se le asegurara que con su compra se va a generar los mínimos residuos posibles. De este 81.3% restante hay un 31% que estaría dispuesto a pagar un 1% más por asegurarse esta gestión, un 22.5% que estaría dispuesto a pagar un 2%, un 11.3% que estaría dispuesto a pagar un 3%. Y lo más sorprendente de todo es que hay un 16.5% generoso que estaría dispuesto a pagar entre un 4 y un 5 % más por sus muebles, con tal de que se redujera el impacto ambiental que su compra de muebles va a generar en el medio ambiente.

Como conclusión general se podría confirmar la hipótesis de que los consumidores sí que tendrían en cuenta que una empresa se hiciera cargo de los residuos que genera y estando la mayoría dispuestos a pagar un porcentaje de su bolsillo si se le asegura una gestión responsable de los residuos.

PROYECTO DE REUTILIZACIÓN

7.1 IDEA PRINCIPAL

Este proyecto plantea tres vertientes diferentes, pero no por ello dejan de estar relacionadas, ya que las tres tienen que ver con el sector del mueble.

En primer lugar, plantea la idea de ayudar a los artesanos y darles la posibilidad de unirse como sector. Ofrecerles armas acordes a los tiempos actuales con la finalidad de atacar el mercado de forma conjunta y poder ofrecer sus productos a un público más amplio. Para ello se va a buscar la colaboración directa de un establecimiento privado, con gran experiencia en el sector del mueble, y con experiencia suficiente en internet para llevar a cabo este proyecto. El artesano que participe en este proyecto va a tener la posibilidad de dar un valor añadido a sus servicios y productos. Y se va a intentar en este presente documento reflejar los beneficios de esta colaboración conjunta.

Por otro lado, se pretende reutilizar los materiales que están siendo desechados en nuestra sociedad y con ello, darles una segunda oportunidad. Dentro del sector del mueble se cuenta con una fuente de recursos muy amplia, como expondremos a continuación.

Las tiendas tienen la posibilidad de recoger en sus almacenes muebles usados por sus clientes o bien los depositarlos en los ecoparques para su posterior tratamiento, esto les conlleva un coste, para que este material no se desechese se van a buscar varias salidas, de manera que esta nueva forma de actuar genere un valor dentro de la sociedad y aporte beneficios a la empresa. Beneficios económicos y sociales, que consigan crear una mejor imagen de la empresa de cara a la sociedad.

Se va a exponer la forma de realizar un cambio dentro de los procesos de trabajo de las tiendas, enfocado siempre a la reutilización de recursos, no se ha entrado a valorar el coste que esta nueva forma de trabajar puede suponer para la empresa, pero el cambio propuesto no va a significar un esfuerzo muy grande. En cambio, tenemos la seguridad que a la larga reportará beneficios económicos al mejorar su imagen de empresa, y también les preparará para afrontar los nuevos retos que propone el futuro, un futuro en el que no se va a seguir desaprovechando recursos, y en el que los legisladores se están dotando de leyes para exigir responsabilidades

a las empresas que no se hagan responsables de los impactos medioambientales que generan.

Del mismo modo, también se va a estudiar y exponer el tipo de tratamiento que estos muebles están recibiendo en la actualidad. Bien sea por parte de una entidad pública o bien por entidades privadas, se va a poder tener una visión global, de lo que no se está haciendo bien, y quien debería de actuar, teniendo en cuenta quien está en mejores condiciones para hacerlo.

A lo largo de las siguientes hojas se va a proponer varias salidas posibles a cada recurso desaprovechado, y se van a plantear distintos escenarios, entre los cuales se va a dar la opción de decidir a cada agente, incluso llegar a acuerdos entre varios agentes para concretar cuál es la mejor solución entre las posibles. De modo que lo que se va a buscar siempre como objetivo es que no se desaprovechen los recursos que se disponen en cada momento.

Esta colaboración entre los diferentes agentes generará sinergias positivas que darán beneficios a ambas partes.

Por último, nombrar que se va a contemplar la idea de ayudar a asociaciones sin ánimo de lucro, de forma que se pueda cubrir la posible demanda de muebles que tengan, cuando los agentes vean oportuno y dispongan de recursos para abastecerla.

7.2 AGENTES INTERVINIENTES

Se considera oportuno hacer una separación de los distintos agentes que van a intervenir de forma activa en el proyecto, y se van a separar entre generadores de recursos reutilizables y los que van a ser meramente receptores de estos residuos y que los van a utilizar, cambiando su estado de residuo a recurso. Entre ellos hay unos agentes, que van a poder actuar a en los dos bandos, serían los artesanos y los centros formativos o academias. Se ha decidido poner a estos dos agentes en el apartado de receptores, porque se considera que su papel dentro del proyecto va a ser más cercano a esta función.

7.2.1 GENERADORES DE RECURSOS REUTILIZABLES

Tiendas de Muebles: a estas empresas se les va a dar la posibilidad de incluir en sus procesos productivos:

- Nuevas formas de realizar tareas en las cuáles se generen residuos actualmente desaprovechados.
- Adquirir nuevas funciones en la cuales puedan actuar como mediadores entre los clientes, sus muebles antiguos y otros agentes.
- Realizar labores sociales.

También se va a considerar la posibilidad de cooperar con los artesanos, de modo que actúen como canalizadores y potenciadores de los productos artesanos de la comunidad valenciana.

Clientes: estos clientes que han realizado una compra de muebles, se considera que es bastante probable que dispongan de muebles antiguos, también se considera que en muchas ocasiones les va a suponer una carga tener que deshacerse de ellos. Se les va a proponer varios escenarios entre los cuales va a poder decidir qué hacer con sus muebles. Según su decisión, los muebles acabarán en un sitio u otro.

Fábrica de Muebles: se va a solicitar la posibilidad de que estas empresas valoren opciones de reutilización de los productos con taras, de modo que puedan completar productos completos y buscarles una segunda oportunidad. También se les quiere plantear soluciones en lo que respecta a sus embalajes, proponerles de algún modo la reutilización de los embalajes, o bien que se hagan responsables de comunicar a las tiendas que estos embalajes deben ser reciclados debidamente, se quiere con estas acciones responsabilizar a los emisores de los residuos, para crear un plan que haga que el impacto medioambiental ocasionado sea el menor posible.

Artisanos del mueble: se va a realizar una doble función con ellos:

- Se va a potenciar la producción de la artesanía valenciana, ampliando la difusión de los productos artesanos por las diferentes empresas que intervengan en el proyecto. También se quiere unir al sector y realizar acciones conjuntas que favorezcan la unión.
- Se quiere proporcionar la posibilidad de que los artesanos tengan acceso a un catálogo actualizado de muebles disponibles de segunda mano, que puedan adquirir, reparar y volver a introducir dentro de un nuevo ciclo. Del mismo modo se les va a dar la posibilidad de exponer productos que dispongan de segunda mano, para que otros artesanos o agentes del proyecto puedan adquirirlos. Esto va a provocar distintos movimientos de recursos, relaciones entre agentes, que seguro que van a ser positivas para un mejor funcionamiento del sector.

Empresas de venta de Segunda mano: van a actuar como punto de salida a muchos de los materiales que se vayan incorporando al proyecto, una vez se inicie.

Institutos y Academias: se va a solicitar un listado de necesidades de estos centros, el cual va a funcionar de modo que dará prioridad a los centros que tengan en su listado de necesidades alguna de las piezas ofertadas en la plataforma. Como se explicará más adelante, se va a generar un listado con las piezas disponibles. De este modo podrán ver en cada momento que hay y solicitar lo que necesiten. También se les va a dar la posibilidad de una vez que tengan los productos arreglados o customizados, de incluirlo en otro listado para que otros agentes puedan adquirirlo o también como veremos en el siguiente agente, se va a gestionar un listado de necesidades de asociaciones sin ánimo de lucro, con lo que también podrán hacerse aportaciones directas a estas asociaciones.

Asociaciones sin ánimo de lucro: se va a intentar conseguir un listado actualizado de las necesidades de cada centro en tema de mobiliario, un listado en el que cada asociación pueda añadir y quitar según sus necesidades, y por el cual se van a guiar los diferentes agentes, para conseguir cubrir estas necesidades.

7.3 RECURSOS REUTILIZABLES DENTRO DEL PROCESO DE VENTA DE UN MUEBLE

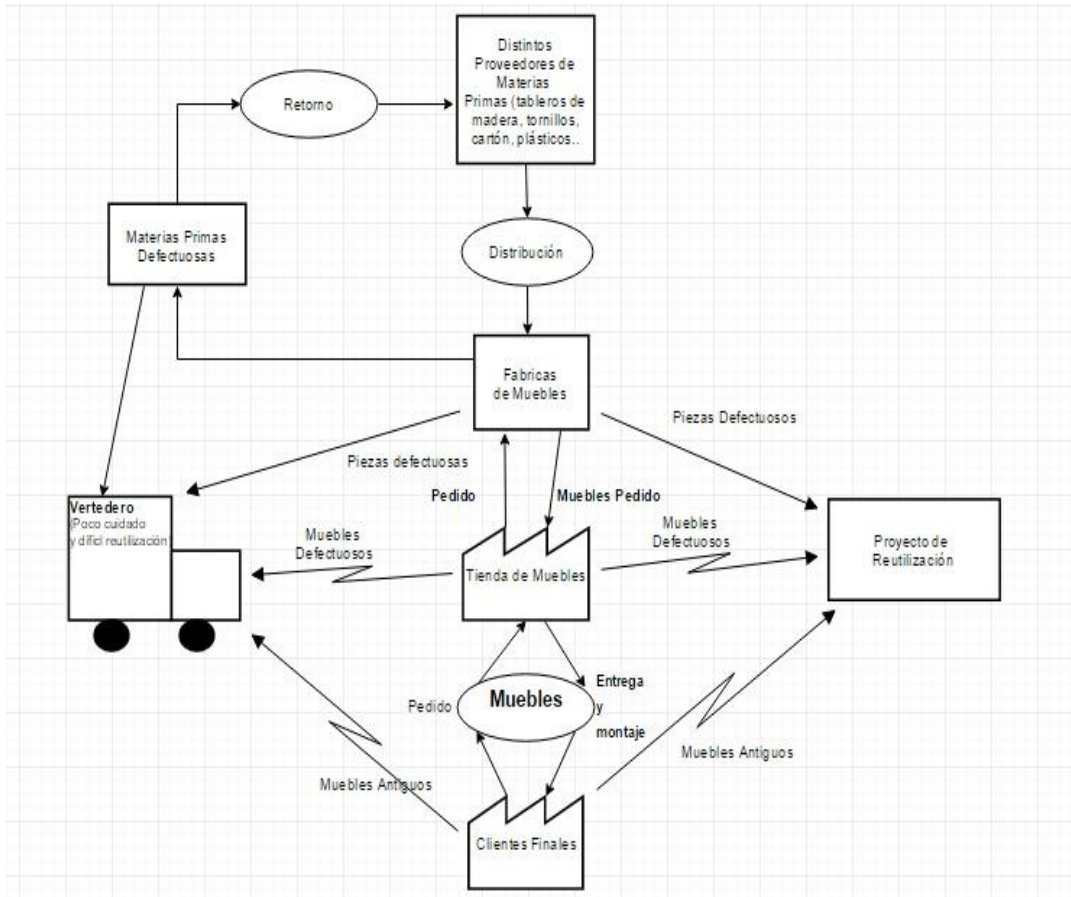


Figura 4 Proceso de venta y recursos generados Fuente: elaboración propia

A modo de aclarar ciertas dudas que puedan aparecer en el lector a la hora de visualizarlo, se va a describir la figura 4. Primero indicar que en este diagrama trata de forma general los sitios por los que pasa el mueble, intentando darle relevancia a los momentos en los que se genera un residuo, ya que actualmente estás piezas no disponen de una salida alternativa a la de ir directas al vertedero.

7.3.1 PIEZAS DEFECTUOSAS

Empezando por la primera transferencia de recursos que se plantea, entre los proveedores de materias primas y los fabricantes de muebles. Existen muchos proveedores de materias primas que nutren a una fábrica para que puede llevar a cabo su labor de producción, se quiere en el proyecto centrar la atención en los tableros de aglomerado y en las piezas de madera que puedan servir para componer muebles. Por ello no se van a tener en cuenta otros proveedores en este análisis.

Se conoce que existen procesos en los cuáles se comprueba que las materias primas hayan llegado en perfectas condiciones y en caso de tener algún defecto, no entran dentro del proceso de producción. Estas piezas son devueltas al proveedor o bien en muchas ocasiones no se devuelven y acaban yendo a parar a una planta de reciclaje o a un vertedero junto con el resto de materiales que se van desperdiciando en el proceso de producción. Existen procesos por los cuales las empresas con un cierto nivel de producción, están obligadas a tener un proceso, por el cual rendir cuentas a la administración en cuanto a su proceso de gestión de recursos, en estos casos la administración se encarga de comprobar que se está ejecutando correctamente este proceso. De todos modos, en busca de recursos y con la finalidad de reutilizarnos se pretende ir más allá y proponer que estas piezas se reutilizan o por lo menos se expongan para saber si hay alguien del sector que le puede sacar partido sin tener que practicar una transformación sobre las mismas.

Se podría enumerar entonces los siguientes recursos a explotar dentro de las fábricas:

- Materias Primas no devueltas a los proveedores que tengan algún defecto de fabricación o se hayan golpeado.
- Piezas que hayan sufrido algún tipo de desperfecto en el proceso de fabricación.
- Piezas que se dañan en el transporte de la fábrica a las tiendas, aunque este recurso se va a proponer que se quede en las tiendas o bien se reúna en algún punto estratégico para su distribución posterior.

Luego respecto a la relación entre la fábrica, la tienda y el cliente final, decir que esta relación en lo que respecta al mueble, comienza una vez el cliente final decide que mueble quiere adquirir para su hogar, a partir de esa decisión la tienda pasa el pedido a la fábrica y se pone en marcha el proceso de producción del pedido del cliente. Este proceso suele tardar en concluir alrededor de un mes.

Se ha estudiado como realizan las fábricas el proceso de fabricación y podemos destacar que existen variedad de sistemas. Tras el estudio se puede afirmar que la mayoría de fábricas se decantan por tener algunas piezas en stock, porque tienen comprobado que estas piezas tienen una rotación alta de stock y prefieren tenerlas ya fabricadas para agilizar sus pedidos. Esto conlleva que tengan un valor elevado de inmovilizado en sus balances. Cada empresa decide que cantidad de piezas tiene stockadas. Destacar que no todas tienen stock, hay fábricas que apuestan por realizar únicamente las piezas necesarias para sus pedidos.

Una vez están fabricados los muebles, se distribuye a las tiendas, éstas se encargan de llevar los muebles al cliente final y montarlo.

Si en todo el trayecto que ha ido haciendo el mueble, no ha sufrido ningún golpe que haya generado un desperfecto apreciable por el cliente, el mueble queda montado y se cierra el proceso satisfactoriamente. Pero no es lo más habitual que quede todo perfecto a la primera, hay veces que los clientes son demasiado exigentes, otras veces que en los muebles se aprecia claramente un desperfecto notable, y entonces hay que hacer una sustitución, parcial o completa. En la mayoría de casos suele ser una sustitución parcial, ya que los muebles vienen desmontados y puede sustituirse la pieza golpeada y el resto sigue sirviendo.

Lo que ocurre entonces es que la tienda pide las piezas de cambio, y cuando llegan se sustituyen las nuevas por las defectuosas, y las piezas defectuosas ya no sirven para nada, y eso es lo que vamos a tratar de solucionar. Estas piezas en algunas ocasiones las recogen los fabricantes, en otras ocasiones no vienen a recogerlas, es un poco irregular la cosa, de todos modos, se conoce que muchas de ellas se recogen únicamente por sistema, porque cuando llegan a fábrica no se utilizan para nada. Esto genera un gasto de transporte de estas piezas del almacén de la tienda a la fábrica. Las fábricas realizan esta tarea por desconfianza, porque si no lo hicieran, las tiendas podrían solicitar piezas extra de sus muebles para ahorrarse dinero, y los fabricantes recogiendo las se aseguran de que esto no les ocurra.

Se propone que las piezas se queden en las tiendas y se documenten gráficamente, con unos datos mínimos a rellenar por la tienda y colgar en un espacio compartido, dónde alguien del sector pueda sacar provecho de estas piezas. Con la documentación gráfica las fábricas tendrían pruebas de que estas piezas no sirven, y se ahorrarían gastos de transporte innecesarios. Y no importa el uso posterior que se le vaya dar a esas piezas, siempre va a suponer un beneficio social, del cual se van a poder aprovechar los participantes de este proceso de reutilización.

También junto a los muebles se generan más recursos que se pueden reutilizar como son los embalajes de plástico y cartón, justamente los fabricantes huyendo de los problemas que hemos mencionado antes, suelen cubrir sus muebles con un sinnúmero de protectores de cartón, de madera, de plástico. Lo que ocurre es que estos protectores no están ideados para un sólo uso, o por lo menos la mayoría de ellos no sufre un deterioro que no les permita volver a ejercer su función.

¿Qué ocurre entonces? ¿Cuál es el motivo por el que estos protectores no son utilizados en varias ocasiones?

El motivo no es muy complicado de encontrar, y es que a las fábricas les resulta más económico comprar más embalajes nuevos, que reutilizar los que ya han sido utilizados, ya que estos embalajes se distribuyen a nivel nacional por todas las provincias de España. No creo que dentro de sus proyectos haya estado nunca reutilizar dichos embalajes, puesto que los compran a precios muy bajos. Pero la verdad es que es una pérdida de recursos muy importante.

Una fábrica aportó una aproximación al estudio del cartón que consumía durante un año y la cantidad rondaba entre las 200 y 250 toneladas de cartón, es mucho cartón. El precio actual que se paga por el cartón es de entre los 6 y los 10 céntimos de euro el kg. Con lo que en el peor de los casos estamos hablando de que si la empresa se ocupara de recoger su propio cartón estaría ingresando 12000 euros, por realizar esa tarea.

Pero este sólo es un caso, si se tiene en cuenta que hay muchas fábricas de muebles en España dedicadas a la fabricación del mueble, se dispone de una gran fuente de ingresos.

El presente proyecto está orientado a la Comunidad Valenciana y en el caso concreto de esta fábrica, su producción se distribuye por toda España y el porcentaje aproximado que va a parar a Valencia Capital y alrededores es de un 8%. Con lo que se podría llegar a conseguir con una fábrica, 16000 kg de cartón en un año. Si se recogiera y reciclaría supondría un ingreso cercano a los 1000 euros. Pero la idea del proyecto va más allá, se pretende que este material se reutilice. Se conoce que las condiciones que se encuentra el material una vez montado el mueble, son bastante óptimas, y que podría reutilizarse el material sin ningún problema. El problema que nos encontramos ahora, es el siguiente, la mayoría de

los cartones tienen estampada el logotipo de la marca, y eso nos condiciona bastante a la hora de encontrar una segunda utilidad a estos cartones.

Se va a proponer a las fábricas que se conciencien con este problema, y se ha valorado la idea de hablar con los diferentes proveedores encargados de proporcionar cartón a las distintas fábricas y crear una marca común, una marca que sea distintivo de responsabilidad y que identifique claramente a las empresas que apoyan esta forma de pensar, con esto se evita que el cartón este marcado por diferentes logotipos, y se pueda volver a utilizar de nuevo.

Existen varias formas de volver a utilizar este cartón, una de ellas sería que las tiendas se encargaran de separar los residuos y los devolvieran a la fábrica, donde se podrían volver a utilizar, sin necesidad de transformación. Esta vía podría estar motivada por un descuento hacia las tiendas que son las que hacen la faena de recoger el material para su reutilización. Si la fábrica no quiere hacerse cargo de está recogida, podrían hacerse cargo las empresas dedicadas al abastecimiento de las fábricas. Seguramente está sea la mejor opción, ya que si se reutiliza directamente el cartón ellos pierden parte del negocio que realizaban hasta el momento. Si se llegará a conseguir de este modo, se podrían trasladar los descuentos desde el fabricante de cartón, a la fábrica y a la tienda, por último.

En caso de no conseguir actuar por esa vía, se ha considerado también la opción de poder distribuir el cartón obtenido de la recogida después de montar los muebles, para los pequeños talleres artesanos de la comunidad. Lo que supondría un ahorro para ellos y seguramente una mejora en sus embalajes.

7.3.3 LOS MUEBLES USADOS

Uno de los recursos más abundantes y con una necesidad más importante de reutilización, con la que se pretende reducir notablemente el impacto que genera el sector sobre el medio ambiente son los muebles utilizados que van a ser sustituidos en casa de los clientes de las tiendas. Para conseguir una mejor conservación de estos muebles, se va a proponer un listado de propuestas para conseguir obtener la mayor cantidad de estos muebles, con el fin de conseguir alargar su vida, y que el número de muebles no reutilizados que acaban ocasionando un impacto sobre el medio ambiente sea el menor posible. De esta manera se va a intentar agotar todas las vías posibles.

-Al realizar una venta de un mueble se dispone de una información del cliente final, esta información, al cabo de unos días después de haber sido confirmada la venta, será utilizada para informarles de la iniciativa de nuestro proyecto, e indicarle que si dispone de muebles viejos, este proyecto le va facilitar una gestión personalizada, por la que va a disponer de varias posibilidades para sus muebles.

-Para saber qué posibilidad de las que se pueden ofrecer es más adecuada para su caso en concreto, se necesita lo siguiente:

- Qué tipo de muebles tienen
- Documentos gráficos del mueble en concreto
- Datos sobre dimensiones, colores, etc
- Descripción sobre el estado
- Motivo de sustitución

Con esta información se podrá determinar que opción es la más favorable para el cliente y exponerle las posibilidades que dispone, de modo que pueda elegir la opción que más le convenga.

-Los artículos se expondrán en las diferentes plataformas que se disponen, gestionados de forma directa por los encargados del proyecto, y atendidos sin generar ninguna molestia al cliente.

-Dicho esto a continuación se va a explicar cómo se procedería una vez se dispone de la información necesaria para exponer el producto, se procederá a realizar las siguientes acciones, con el fin de encontrarle un lugar a ese producto.

- Exponer los artículos en las diferentes plataformas de venta directa que existen en el mercado: Walapop, segundamano, milanuncios.... En caso de conseguir sacar el producto por este medio se procederá a aplicar un descuento sobre la venta realizada previamente. En este caso siempre se cobrará un gasto de gestión, de distribución y almacenaje si fuera oportuno.
- Exponer a su vez su producto dentro de las diferentes plataformas de artesanos, institutos y escuelas dedicados a la restauración o simplemente a la carpintería, que puedan tener la intención de disponer de ese mueble para realizar un trabajo sobre el mismo. De aquí el cliente final normalmente no recibirá ninguna compensación, pero tendrá en todo momento información de dónde ha sido adjudicado su mueble e incluso estaría genial poder enseñarles el trabajo que se realizará sobre el mismo.
- Se va a dar la posibilidad a los artesanos y a los institutos y academias de poder conectar este beneficio que están recibiendo recursos a costes muy bajos, con un beneficio social, y poder crear con ellos una base de datos con muebles que vayan destinados a ser donados a asociaciones sin ánimo de lucro. También en caso de no necesitar transformación el cliente podrá decidir donar sus muebles a estas asociaciones.
- Exponer los productos dentro de una red gestionada por los encargados del proyecto, no es necesario que sea una plataforma muy elaborada, se puede utilizar algún medio por el cuál compartir información en la nube, tipo drive, Dropbox etc., dónde cada semana se puedan actualizar los datos y sean informadas las asociaciones que integren nuestra red de distribución. De modo que puedan ver los artículos y ver si los necesitan. En principio por los productos no se ha a decidido cobrar nada, pero se existirán gastos de transporte. Esto en muchos casos no va a suponer, ya que sabemos que estas asociaciones disponen de presupuestos muy ajustados y que tienen necesidades de sustitución de mobiliario. Con lo que se va a conseguir poder ofrecerle una oportunidad a muy bajo coste, si no se plantearán opciones de recogida en puntos cercanos o que alguno de los agentes se haga cargo del transporte de forma altruista.

Con el fin de generar más posibilidades de negocio a los artesanos, se creará una red dónde el cliente final que quiera adquirir el mueble, pueda visualizar el producto y pedir modificaciones a su gusto (customizarlo a su gusto). Esto pasaría a ser una oferta de negocio expuesta en la plataforma de artesanos, los cuales podrán pujar para conseguir el trabajo y realizarlo.

Como ya se ha recalcado con anterioridad actualmente se están realizando acciones de este estilo, mediante la recogida selectiva de materiales, se quiere destacar aquí que muchas de ellas se realizan directamente en los contenedores y esto influye mucho en el estado del mueble, puesto que un mueble que se ha depositado en un contenedor tiene muchas posibilidades de haberse golpeado por el camino. Para escenificar a lo que nos referimos podemos enumerar varias de las causas por las que sabemos que este mueble no va a estar en las mismas condiciones que cuando estaba montado en la casa de las personas que se deshicieron de él:

- Un mueble montado tiene un volumen considerable
- En muchas ocasiones los clientes no han montado sus propios muebles
- No disponen de conocimientos de cómo han sido montados, y lógicamente tampoco de su despiece
- No tienen experiencia en el transporte, ni la manipulación del mueble
- No disponen de herramientas adecuadas para su despiece, ni transporte

Si a estas causas o motivos, También se quiere destacar que actualmente muchas de las recogidas selectivas se deben de haber realizado en el mismo contenedor, este hecho es relevante, puesto que un mueble que se ha depositado en un contenedor tiene muchas posibilidades de haberse golpeado por el camino. Para escenificar a lo que nos referimos podemos enumerar varias de las causas por las que sabemos que este mueble no va a estar en las mismas condiciones que cuando estaba montado en la casa de las personas que se deshicieron de él:

- Un mueble montado tiene un volumen considerable
- En muchas ocasiones los clientes no han montado sus propios muebles
- No disponen de conocimientos de cómo han sido montados, y lógicamente tampoco de su despiece
- No tienen experiencia en el transporte, ni la manipulación del mueble
- No disponen de herramientas adecuadas para su despiece, ni transporte

Si a estas causas o motivos, se añade que el cliente en la mayoría de los casos lo que quiere es desprenderse de su mueble empleando el menor esfuerzo posible, tenemos que el mueble acaba roto y no pudiéndose reutilizar.

Nuestra propuesta va a ser muy diferente, puesto que cuando se conoce la motivación del cliente por desprenderse del mueble, se le va a dar varias opciones posibles para colocar ese mueble, y una vez se sepa el destino del mueble se va a proceder al desmontaje y transporte. Todo ello se realizará sin coste añadido al

cliente, no obstante, si del mueble se obtiene un beneficio monetario, se tendrá en cuenta para aplicar un descuento sobre la compra.

De este modo el cliente se despreocupa de poner sus muebles a la venta en páginas web, liberándose así de las llamadas de los diferentes compradores que intentan regatear los precios, pero no sólo eso, al gestionarse la venta de segunda mano por personal cualificado, se van a conseguir mejorar los beneficios que el cliente pueda sacar de sus muebles. Y por último el cliente se asegura que a sus muebles se les va a dar todas las posibilidades antes de decidir llevarlo a un ecoparque

7.3.4 DIAGRAMA DE DISTRIBUCIÓN DE LOS RECURSOS REUTILIZABLES

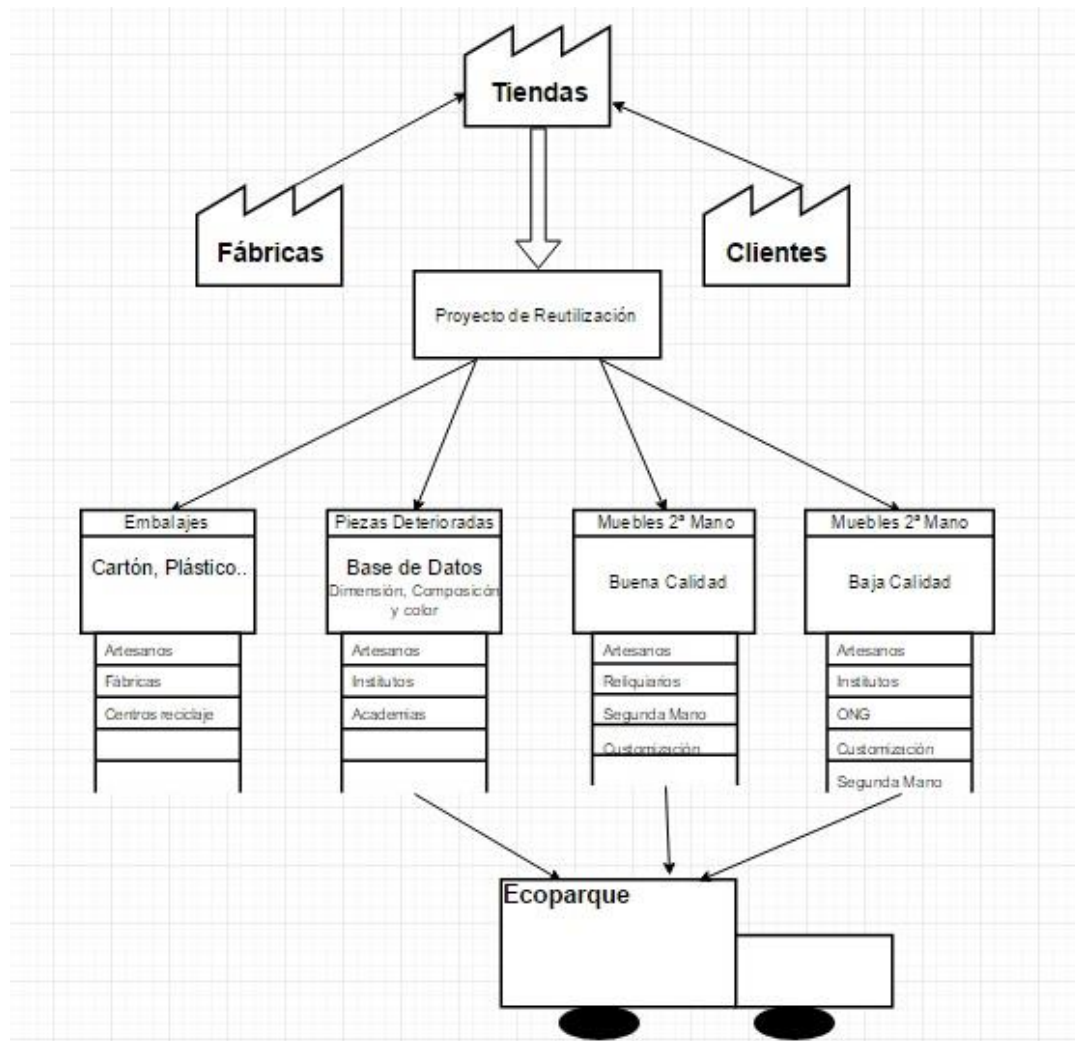


Figura 5 Distribución de los Recursos Reutilizables Fuente: Elaboración Propia

La Idea que plasma este diagrama, sería la misma que se ha explicado en el apartado anterior, como modo de hacer más visual la idea se ha generado el Diagrama 2, en cual se puede apreciar cuál es la dirección que siguen los recursos que pueden reutilizarse, y de qué modo se pretenden distribuir.

Como se puede apreciar en el diagrama se da vital importancia a la tienda de muebles, esto es porque creemos que es el canalizador perfecto, en el cuál confluyen muchas relaciones, por eso se propone como activador de todo el proyecto.

FOMENTO DE LA ARTESANÍA

8.1 PASOS A SEGUIR PARA LA INTEGRACIÓN DE LOS ARTESANOS EN INTERNET

Ir poco a poco → se necesita para un primer acercamiento que los artesanos vean progresos y beneficios de estar junto con una comunidad, abierta, con pocas obligaciones y con beneficios aún no plausibles. La idea tiene que convencerles y lo primero que se va a intentar es conseguir que los artesanos vean sus productos en la web, bajo su firma. El primer acercamiento entonces revestirá carácter comercial, ya que, si se genera alguna venta de este primer acercamiento, le va a reportar tanto al artesano, como a la tienda.

Para conseguir este primer paso, se va a utilizar la base de datos del centro de artesanía. Donde se encuentran la mayoría de artesanos de la Comunidad Valenciana, decir también que se han realizado unas primeras investigaciones sobre esta base de datos y con el presente proyecto se propondría una mejora de esta base de datos, añadir ciertos campos y también actualizarla, ya que hay artesanos incluidos en ella que ya no están practicando la actividad que se describe.

En este primer paso se pueden describir varias tareas que vamos a realizar como empresas colaboradoras.

- Llamada, para explicar la idea principal del proyecto.
- Correo electrónico para conseguir información acerca de ellos, de sus productos
- Elaborar un espacio dónde estos productos puedan visualizarse de manera separada, de modo que cada artesano tenga su espacio dentro de la página web, dónde poder acercar sus muebles a un gran grupo de clientes finales. En principio esta introducción de información se va a realizarla por parte de las tiendas, pero se está estudiando y se planteará la posibilidad de que cada artesano genere su propio contenido dentro de la web.
- Esta información en primer lugar se quiere obtener mediante las fichas de productos, que más tarde expondremos de una manera atractiva para el cliente en nuestro espacio para artesanos valencianos.

- Vamos a intentar darle un toque personal a estas fichas de productos, aportando detalles históricos y estilísticos que antes de ser publicados van a ser consultados y corroborar por los distintos artesanos.
- Una vez confirmada la aceptación de estas descripciones adicionales, vamos a proceder a publicar los productos.
- Existe una forma de realizar las fichas y que directamente subiendo el feed de datos de un producto se genere una vista rápida en la web. De este modo podrían los artesanos proporcionar la información directamente al servidor y que se publicarán una vez se revisará por nuestra parte que está todo correcto. Se va a proporcionar varias opciones, de modo que se pueda adaptar la forma de recopilar la información, según las características de cada artesano.
- Los productos se van a publicar atendiendo a varios criterios de búsqueda. Queremos que el navegante pueda acceder de forma fácil a cada producto. Para ello vamos a hacer un menú que segregue los artículos por tipo de mueble.
 - Dormitorios: Cabezales, mesitas, cómodas, espejos, armarios.
 - Comedores: Modulos TV, aparadores, vitrinas...
 - Mesas y Sillas: Mesas de comedor, mesas de centro, mesas auxiliares y sillas
 - Muebles auxiliares:
 - Recibidores: consolas y espejos
 - Zapateros
 - Percheros
 - Muebles de Baño

También dentro de cada categoría se quiere hacer una distinción de estilos, dependiendo al estilo que pertenezcan. Se van a buscar palabras claves, que hagan que estos artículos se acaben encontrando más fácilmente.

Cuando el artesano vea los frutos que puede darle esta unión → se pretende descubrir de qué manera se puede colaborar más profundamente con ellos. Para ello se necesita más información relativa a su manera de trabajar. De esta información se espera poder encontrar nexos de unión que permitan generar sinergias positivas del cooperativismo entre los diferentes artesanos.

8.2 OBJETIVOS

Se pueden llegar a conseguir varios objetivos, entre ellos como objetivos generales podrían destacarse:

- Unir al sector, hacerlo más fuerte y competitivo, como:
 - Los artesanos pueden extraer conclusiones de ver sus productos al lado de los productos de los otros artesanos.
 - Pueden simplemente mediante la *observación estética*, detectar por ellos mismos deficiencias o singularidades de sus productos con respecto a los otros. Pudiendo pulir sus defectos o explotar sus singularidades.
 - Mediante la comparativa de *precios*, ellos pueden detectar si sus productos son competitivos en el mercado actual. De esta manera pueden corregir sus estrategias de precios, de costes etc.
 - Los artesanos pueden emprender acciones coordinadas:
 - Pueden juntarse para llevar a cabo proyectos conjuntos, como elaboración conjunta de un pedido para un cliente importante, que requiera de plazos de entrega cortos.
 - Coordinar compras, pudiendo exigir mayores descuentos y mejorando su competitividad con respecto a otros colectivos.
 - Preparar talleres y exposiciones en las que exponer sus productos y llegar a un número mayor de gente.

Para este proyecto se necesita de la colaboración de las tiendas de muebles del sector, de su concienciación con la artesanía de valencia. Se cree que con un poco de trabajo y buenos productos, esto se va a conseguir de manera sencilla y va a poder impulsar las ventas de muebles artesanos de valencia, a nivel nacional.

Este proyecto es un proyecto con vistas de futuro, ya que se va pretende realizar una web en exclusiva para los artesanos. Con la nueva web se conseguirá dar aún más impulso a todas estas acciones descritas anteriormente, generando una web especialmente para los artesanos en la que puedan comunicarse los unos con los otros exponer sus ideas y llegar a acuerdos conjuntamente. Se busca con esta nueva web, que ellos mismos puedan generar contenido, revalorizar su producto frente a los de otros fabricantes no artesanos, y esta va a ser en todo momento la intención. Una vez se conozca el grado de aceptación de la Idea, se creará una asociación con este fin. De manera que se pueda formalizar esta relación entre asociados y se puedan aunar más si cabe las intenciones del colectivo.

Se ha pensado también en un modelo de compensación tipo trueque para poder generar intercambios no lucrativos, en el sentido de que la gente pueda interactuar entre sí, sin necesidad de hacerlo con la moneda oficial, crear una moneda común (artesinos) entre asociados y que se pueda tener una cuenta, en la que al aportar ideas, soluciones, trabajos semiterminados o terminados a la comunidad, vayamos consiguiendo ingresos de artesinos que luego pueden ser utilizados para adquirir beneficios de la comunidad. Cada uno pondrá valor a su trabajo, y el sistema puede comenzar a funcionar bastante rápido.

En este apartado las tiendas podrán aportar sus recursos a la comunidad y seguir generando sinergias. Ya que en las tiendas como se enumera en el apartado correspondiente, se generan una cantidad de recursos que puede resultar valiosa para cualquiera de los artesanos.

De este modo se busca encontrar salida a los productos que, por no tener una demanda programada, acaban siendo desechados y no utilizados por la sociedad. Se quiere encontrar la forma de que los recursos que disponen las tiendas y los artesanos vuelvan a encontrar su punto de partida en un ciclo económico nuevo, y de este modo crear una economía circular, en la que los recursos que antes no se utilizaban cobren valor y permitan nuevas posibilidades a los agentes que interactúen entre sí.

Recursos que pueden tener los artesanos:

- Productos semi-elaborados
- Productos terminados en stock
- Materias primas
- Herramientas de trabajo
- Lugares de trabajo, que pueden ceder para momentos puntuales
- Oportunidades de negocio que les surjan y que no puedan hacer frente por escasez de recursos, por ser poco competitivos. Pueden unirse entre varios artesanos y conseguir que esa oportunidad no se la lleve otra empresa más grande.
- Recursos que pueden aportar las tiendas:
- Muebles con taras que han sido sustituidos por otros nuevos y las fabricas no han recogido de sus almacenes.

- Muebles que van a ser sustituidos por muebles nuevos en casa de los clientes finales.
- Embalajes de los muebles servidos

8.3 LA WEB PARA ARTESANOS

En la web los colaboradores (artesanos), tendrán su propio espacio, en el que podrán:

- Describir su actividad, de forma que puedan mostrar públicamente lo especiales que son sus muebles. Se intentará dar énfasis a los aspectos que diferencian sus productos de los más comerciales fabricados en España o fuera de España en serie.
- Podrán añadir diseños propios que tengan incluidos en catálogos, también se podrán poner bocetos, o diseños hechos en 3D.
- Los colaboradores rellenarán una ficha en la que tendrán que poner un correo electrónico y algunos datos más, mediante este correo serán informados mensualmente de cuantas visitas a tenido su espacio y que productos han sido los más vistos.
- También habrá una opción para el cliente final, en la cual el cliente propone un diseño personalizado. Habrá un foro en el cuál sólo podrán acceder los colaboradores, y en el cuál se mostrarán estas consultas, el fin de mostrar estas consultas es que cada colaborador pueda dar una propuesta al cliente final, el cuál valorará cuál le parece más atractiva, bien sea por precio o por originalidad. Todo este proceso será gestionado por nuestros comerciales especializados en venta online, quienes expondrán las diferentes propuestas al cliente y al final comunicarán la decisión al artesano que haya sido elegido, como mejor opción.
- Lo mismo que en el punto anterior se aplicará para las restauraciones que propongan los clientes.
- El tema del transporte y la distribución o montaje puede estar incluido en el presupuesto o no, depende de la dificultad que requiera cada pedido en concreto, también se proporcionará distribución y montaje en toda la península a los colaboradores, de modo que puedan vender fuera, aunque no tengan actualmente medios para hacerlo.

Con el fin de que se puedan acercar más a las tecnologías, se impartirán cursos gratuitos en los que se enseñara a utilizar las herramientas básicas, para poder incluir fotos y textos en la web. También se pretende enseñar a los colaboradores a

hacer sus productos más atractivos, y para ello necesitarán utilizar herramientas de diseño 3D, que proporcionarán a sus diseños de una realidad y un aspecto tan personalizado como estén dispuestos a darles.

El cliente final, podrá:

- Tener acceso a una gran variedad de productos fabricados de la comunidad valenciana, podrá tener un asesoramiento profesional, a la altura de los colaboradores que van a estar incluidos en este proyecto. Mediante este asesoramiento se pretende dotar de un valor añadido al producto final, ya que el cliente tomará más convencido cualquier decisión de compra y será una decisión más acertada, que si no hubiera tenido este asesoramiento profesional previo.
- El cliente tendrá un espacio donde podrá describir con texto o adjuntando un archivo en el que se describan las características del producto que desea obtener.
- También se habilitará un apartado de restauración, en el cuál el cliente podrá describir como en el punto anterior, que tipo de restauración está pensando realizar y recibirá un presupuesto competitivo y ajustado a su caso en concreto.

CONCLUSIONES

A lo largo de todo el contenido de este texto se ha podido apreciar el fin concreto de proyecto, que está relacionado directamente con la responsabilidad social empresarial que deben de adquirir las empresas del sector del mueble. Se espera que las Directivas y leyes que se han presentado durante el proyecto, no tarden mucho en crear consecuentemente protocolos de actuación concretos que tengan como fin el control y la prevención de generaciones de residuos, que conllevan impactos medioambientales que no pueden seguirse cometiendo. De forma que se haga necesario la implantación de procesos similares al presentado aquí.

BIBLIOGRAFÍA

J. A. NAVAS | J. GONZÁLEZ (2008) “El Pinchazo del Boom del Ladrillo” en el periódico *El Mundo* edición digital <<http://www.elmundo.es/mundodinero/2008/04/11/economia/1207926518.html>> [Consulta: 07 de septiembre de 2016].

Consorcio Valencia Interior (2016) *Economía circular como herramienta hacia el objetivo de residuo cero* <<http://www.consorciovalenciainterior.com/economia-circular-como-herramienta-hacia-el-objetivo-de-residuo-cero/>> [Consulta:07 de septiembre de 2016].

Gil Moreno, Estefanía. (2012). Análisis del Sector del Mueble en la Comunidad Valenciana. TFC: Universidad Politécnica de Valencia.

PUIG VENTOSA.I (2012). “Posibilidad de la fiscalidad ambiental en la gestión de Residuos Municipales” en *¿Cómo avanzar hacia la reducción y reciclaje de los residuos urbanos? Una propuesta de instrumentos económicos*. Astigarraga (Gipuzkoa): Michelena Artes Gráficas, S.L Páginas 59 a 66 y 70 a 74.

AIDIMA, AITEX e ITC-AICE (2009) *Nuevas Formas de Habitar Comunidad Valenciana*

El sector artesano en España: diez años de evolución, DGPYME 1987.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2009) *El sector artesano en España: diez años de evolución* <<http://www.ipyme.org/Publicaciones/SECTORARTESANO.pdf>> [Consulta:10 de Junio de 2016].

Wikipedia (2016) *Definición Mueble* <<https://es.wikipedia.org/wiki/Mobiliario>> [Consulta:29 de Agosto de 2016]

Centro de Artesanía (2016) *Calificación Artesana* <<http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=actividades&idactividad=34>> [Consulta:03 de Agosto de 2016]

Economía Circular (2016) *Economía Circular* <http://economiecircular.org/wp/?page_id=62> [Consulta:29 de Agosto de 2016]

Ellen Macarthur Foundation (2016) *Economía Circular* <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>> [Consulta:29 de Agosto de 2016]

WEAVER F. (2016) *Eliminación de Residuos en un Economía Circular*

< <http://finland.fi/es/neegocios-amp-innovacion/eliminacion-de-residuos-en-una-economia-circular/>> [Consulta:10 de Septiembre de 2016]

VALERO D. (2016) *Economía Circular, la solución para un planeta de recursos finitos*

<<http://valenciaplaza.com/economia-circular-la-solucion-para-un-planeta-de-recursos-finitos>> [Consulta:10 de Septiembre de 2016]

UNESCO (1997) Definición de productos artesanales

<<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>> [Consulta:10 de Septiembre de 2016]

ANEXO Nº1

PLAN ESTATAL MARCO DE GESTIÓN DE RESIDUOS (PEMAR) 2016-2022

La Directiva 2008/98/CE Marco de Residuos (en adelante DMR) “obliga a los Estados Miembros a establecer, como instrumento esencial para desarrollar las políticas de residuos, planes de gestión de residuos que den cobertura a todo el territorio geográfico de cada Estado”

La Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados, que transpone dicha Directiva “obliga a la elaboración de planes de gestión al Estado y a las CCAA y permite a las EELL que desarrollen programas de gestión de residuos en el ámbito de sus competencias.”.

El artículo 14 apartado 1 de la Ley 22/2011, de 28 de julio, establece que el Ministerio competente en materia de Medio Ambiente, previa consulta a las Comunidades Autónomas, a las Entidades Locales, a otros Ministerios afectados y cuando proceda en colaboración con otros Estados miembros, elaborará, de conformidad con la citada Ley, el Plan estatal marco de gestión de residuos. Dicho plan contendrá la estrategia general de la política de residuos, las orientaciones y la estructura a la que deberán ajustarse los planes autonómicos, así como los objetivos mínimos a cumplir de prevención, preparación para la reutilización, reciclado, valorización y eliminación.

La determinación de dichos objetivos será coherente con la estrategia de reducción de gases de efecto invernadero y los compromisos internacionales asumidos en materia de cambio climático. El apartado 2 del citado artículo establece que las Comunidades Autónomas elaborarán los planes autonómicos de gestión de residuos, previa consulta a las Entidades Locales en su caso, de conformidad con lo establecido en la Ley.

*De la misma forma, el artículo 12 de la Ley 22/2011, de 28 de julio, relativo a las competencias administrativas, atribuye al Ministerio competente en materia de medio ambiente, en este caso el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), **la competencia de establecer los objetivos mínimos de reducción en la generación de residuos, así como de preparación para la reutilización, reciclado y otras formas de valorización obligatoria de determinados tipos de residuos;** y el artículo 13 establece que en el seno de la Comisión de coordinación en materia de residuos se deben **proponer contenidos y directrices***

con carácter previo a la elaboración de los planes de gestión de residuos, incluido el Plan Estatal Marco.

*La Política de Cohesión para el Periodo 2014-2020 incluye como nueva condición para la financiación de inversiones, el cumplimiento de determinados requisitos previos (Condicionalidad ex ante), al objeto de asegurar la eficacia de las inversiones que se vayan a financiar con dichos fondos. Entre las condiciones ex ante establecidas para el sector de los residuos se incluyen la existencia de **planes de gestión de residuos de conformidad con lo establecido en el artículo 28 de la DMR, así como la adopción de las medidas necesarias para alcanzar los objetivos sobre reutilización, reciclado y valorización establecidos en el artículo 11 de la citada Directiva**. Con todo ello, se pretende que las inversiones objeto de financiación sean económica y ambientalmente sostenibles, y estén justificadas en los planes autonómicos de gestión de residuos, elaborados de conformidad con la Ley 22/2011, con el Plan Estatal y con la jerarquía de residuos. Para asegurar el cumplimiento de la condicionalidad ex ante, España ha propuesto un Plan de Acción a la Comisión Europea comprometiéndose a disponer de Planes estatales y autonómicos antes de finalizar 2016.*

Este nuevo Plan pretende ser el instrumento para orientar la política de residuos en España, impulsando las medidas necesarias para mejorar las deficiencias detectadas y promoviendo las actuaciones que proporcionan un mejor resultado ambiental y que aseguren la consecución de los objetivos legales.

ANEXO Nº2

ENCUESTA Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La visión de los clientes sobre la compra de muebles.

No cabe duda de que los avances tecnológicos y el bienestar social se sustentan en una gigantesca demanda de recursos naturales, cuya gestión no siempre es la adecuada. La velocidad a la que nuestra sociedad genera residuos es muy superior a su capacidad de hacerlos desaparecer, por ello estamos estudiando como poder disminuir el impacto de nuestra actividad, que no es otra que poner al alcance de nuestros clientes los mejores muebles del mercado.

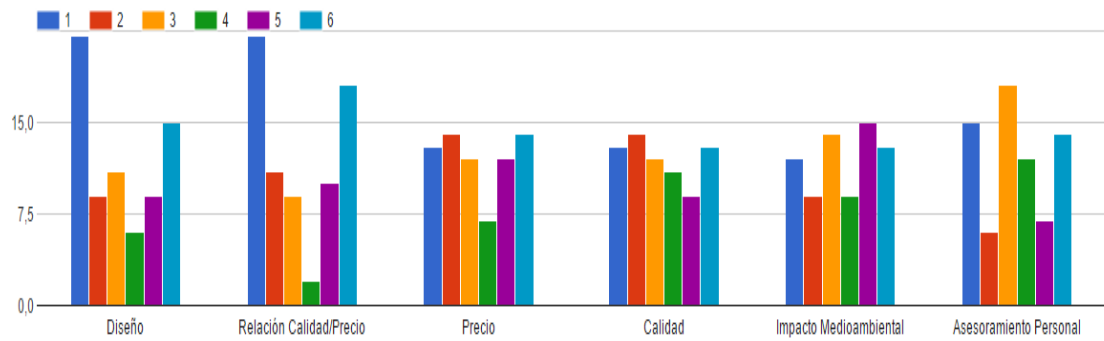
Pero creemos que no es suficiente, ni considerado con el medio ambiente el consumo de recursos actual y para ello vamos a buscar una solución. Esta solución es la que muchos están intentando poner en marcha, las conocidas 3 R's Reducción, Reutilización y por último Reciclaje.

Es muy importante su apoyo, ya que necesitamos reafirmar que nuestros clientes valoran las acciones que van en favor del medio ambiente y a las personas y colectivos que llevan a cabo esas acciones. Para conseguir esto debemos contar con la conciencia social de nuestra sociedad, solos no podemos. Esperamos que puedan contestarnos estas sencillas preguntas y aportar su opinión a la causa.

Por último indicarle que esta encuesta es totalmente anónima y los resultados van a ser tratados de forma confidencial.

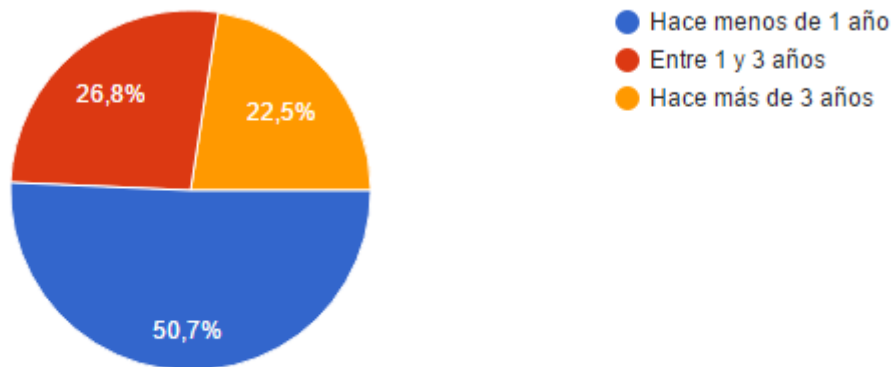
1.¿Qué valora más a la hora de comprar un mueble? (del 1 al 6 en importancia)1 + importante 6 - importante *

	1	2	3	4	5	6
Diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación Calidad/Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impacto Medioambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asesoramiento Personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



2. ¿Cuándo realizo su última compra de muebles?

- Hace menos de 1 año
- Entre 1 y 3 años
- Hace más de 3 años



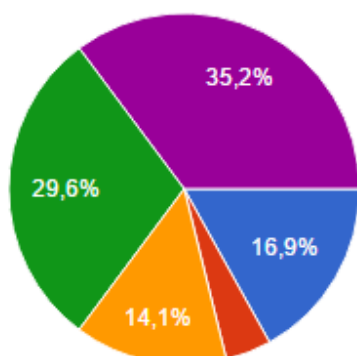
3.¿Cuál ha sido la situación que le ha llevado a comprar muebles?

- No disponía de muebles con esa utilidad
- Por cambiar de aires
- Por dar un toque más moderno a la casa
- Por que le traian malos recuerdos los muebles anteriores
- Por cambio de domicilio, por no poder trasladar los antiguos
- Otra: _____



4.¿En qué estado definiría que estaban sus muebles anteriores?

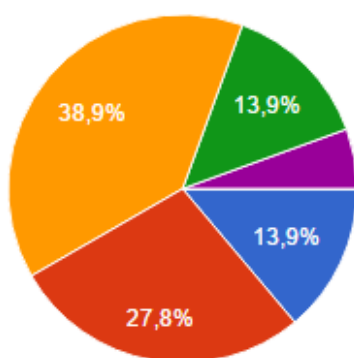
- Podía seguir dándoles uso, estaban como nuevos
- Estaban deteriorados, inservibles
- Pasados de moda, antiguos..
- Deteriorados, pero útiles
- Otra: _____



- Podía seguir dándoles uso, estaban como nuevos
- Estaban deteriorados, inservibles
- Pasados de moda, antiguos..
- Deteriorados, pero útiles
- Otro

5.¿Qué presupuesto disponía para la compra de muebles?

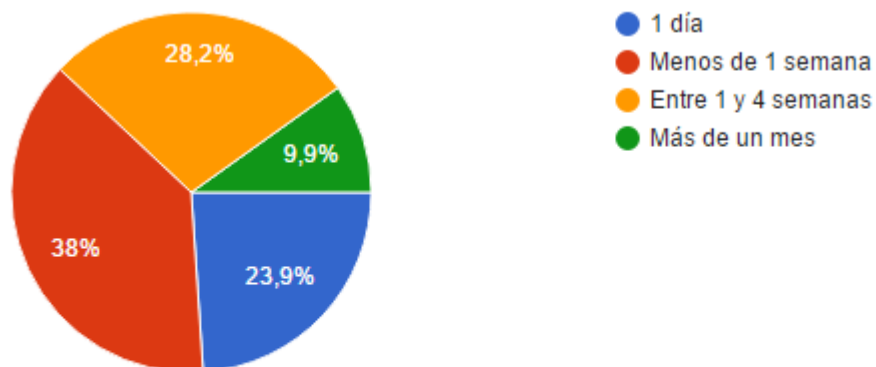
- No dispuse del suficiente dinero, y me tuve que conformar con lo que me llegó
- Justo para cubrir mi necesidad
- Suficiente para elegir el mueble que me gusto
- Me dio de sobra, pero no quería gastarme más de la cuenta
- No tuve en cuenta el presupuesto, buscaba un mueble que me gustara
- Otra: _____



- No dispuse del suficiente dinero, y me tuve que conformar con lo que...
- Justo para cubrir mi necesidad
- Suficiente para elegir el mueble que me gusto
- Me dio de sobra, pero no quería gastarme más de la cuenta
- No tuve en cuenta el presupuesto, buscaba un mueble que me gustara
- Otro

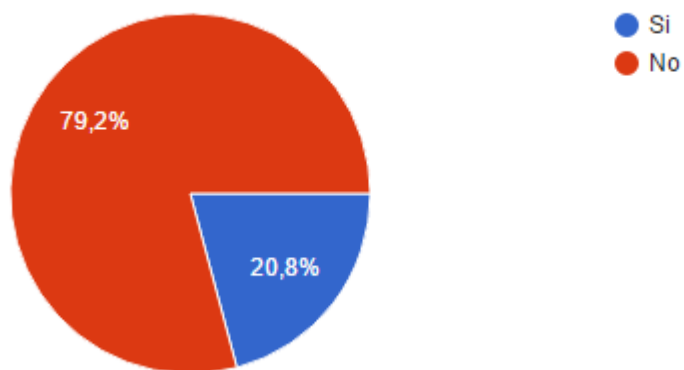
6.¿Cuánto tiempo ha tardado en decidir su compra, desde que vio el artículo que le gustaba y supo su precio?

- 1 día
- Menos de 1 semana
- Entre 1 y 4 semanas
- Más de un mes



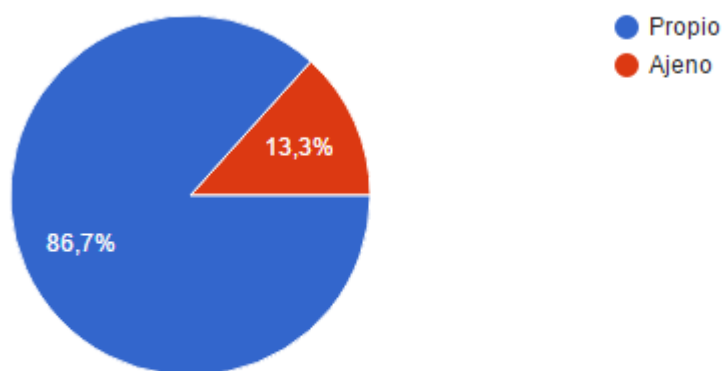
7.¿En alguna situación han comprado muebles usados?

- Si
- No



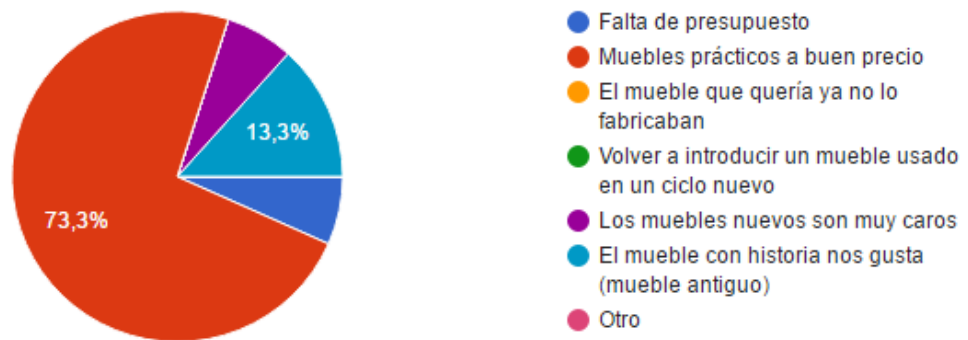
8. ¿Esos muebles eran para uso propio o ajeno (casa de alquiler)?

- Propio
- Ajeno



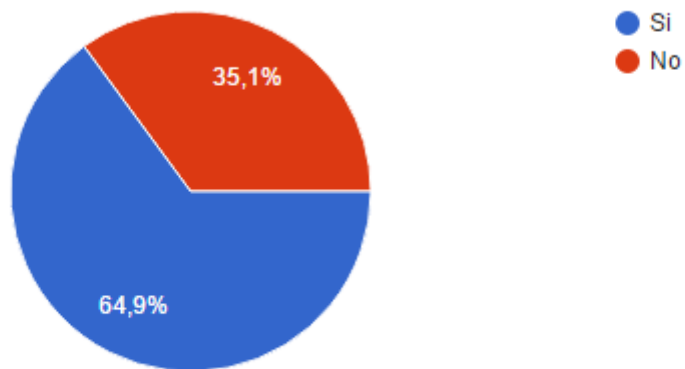
9.¿Cuál ha sido el motivo de la compra?

- Falta de presupuesto
- Muebles prácticos a buen precio
- El mueble que quería ya no lo fabricaban
- Volver a introducir un mueble usado en un ciclo nuevo
- Los muebles nuevos son muy caros
- El mueble con historia nos gusta (mueble antiguo)
- Otra: _____



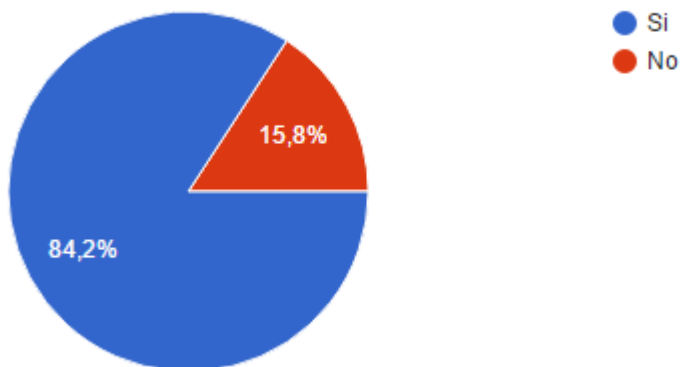
10.¿Conoce la restauración de mobiliario?

- Si
- No



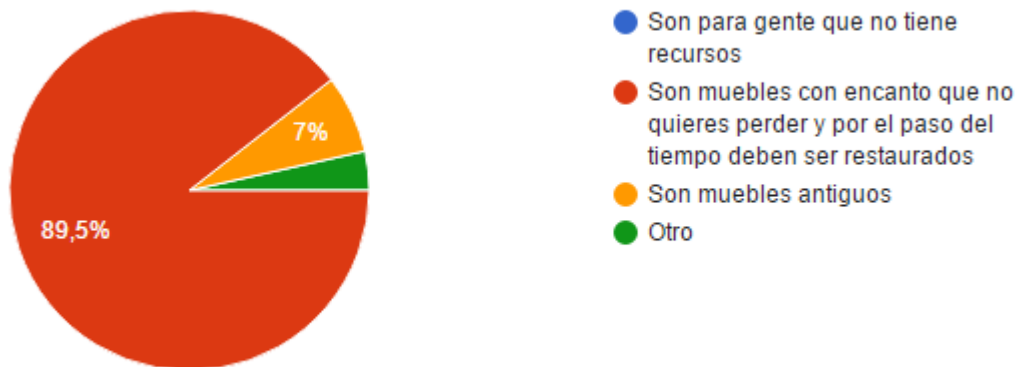
11.¿Se plantearía comprar muebles restaurados?

- Si
- No



12. ¿Qué opinión tiene acerca de los muebles restaurados?

- Son para gente que no tiene recursos
- Son muebles con encanto que no quieres perder y por el paso del tiempo deben ser restaurados
- Son muebles antiguos
- Otra: _____



Para continuar esta encuesta vemos interesante apuntar, un concepto.

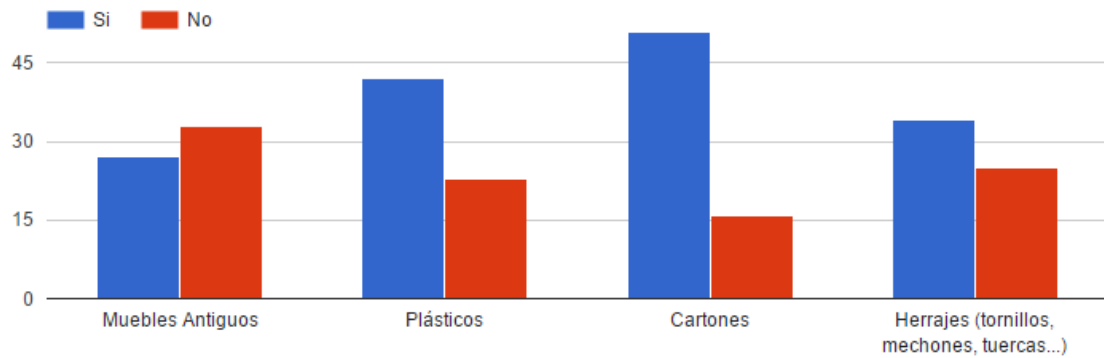
¿Qué son los residuos? (Distinción entre residuo y desecho)

Desecho se refiere al objeto cuyo destino está asociado a la eliminación, y residuo designa algo cuyo destino comprende tanto su eliminación como su reciclaje u otro mecanismo de reintegración en un circuito económico (Bertoloni, 1990).

Los residuos son una de las causas de muchos problemas actuales y la presión ejercida sobre el medio ambiente es francamente preocupante.

13. ¿Qué tipo de residuos se generó en su última compra?

	Si	No
Muebles Antiguos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plásticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cartones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Herrajes (tornillos, mechones, tuercas...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



14. ¿Valoraría que una empresa como la nuestra, de venta de muebles, se encargara de que los residuos generados en la venta, y pudieran seguir siendo útiles y no acabaran contaminando nuestro planeta?

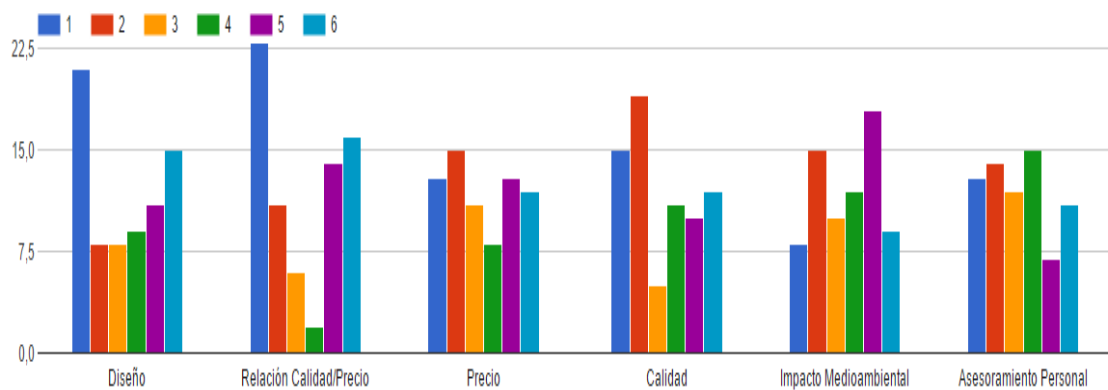
- Si
- No



● Si
● No

15. ¿Qué valora más a la hora de comprar un mueble? (del 1 al 6 en importancia) 1 + importante 6 - importante *

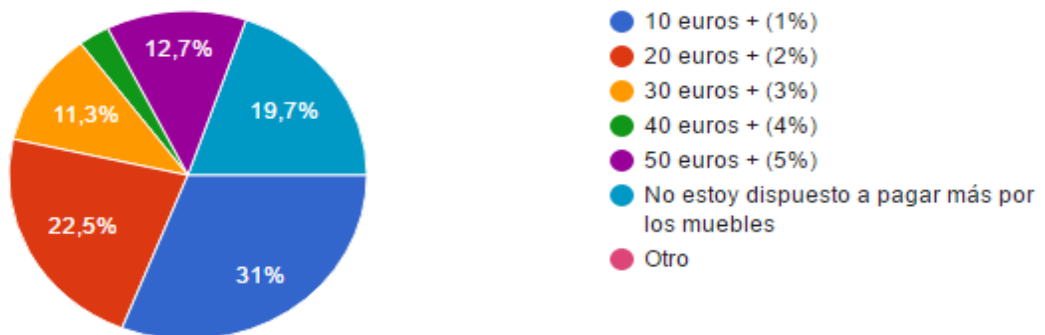
	1	2	3	4	5	6
Diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación Calidad/Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impacto Medioambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asesoramiento Personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16. Si la compra de su mueble fuera de 1000 euros. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a abonar de más, si supiera que su compra va a generar los mínimos residuos posibles?

Ejemplo: en caso de que dos tiendas ofrezcan el mismo producto a un precio similar. La tienda A sería la que respeta el medio ambiente y la B la que actúa de forma poco respetuosa o por lo menos, no tiene un proceso instaurado en su forma de trabajar. Elegiría la Tienda A? ¿Qué margen estaría dispuesto a considerar aceptable?

- 10 euros + (1%)
- 20 euros + (2%)
- 30 euros + (3%)
- 40 euros + (4%)
- 50 euros + (5%)
- No estoy dispuesto a pagar más por los muebles
- Otra: _____



17. Por último, nos gustaría daros la oportunidad de participar en este proyecto y aportar alguna idea que os haya podido sugerir esta encuesta

Tu respuesta _____

Considero que ya pagamos los suficientes impuestos como para que el gobierno designe parte de ellos al reciclaje generando el menor impacto medioambiental posible, si no, al final todo se convierte en un negocio paralelo para beneficio de unos pocos.

Es interesante poder comprar muebles con un reducido coste medio ambiental

seria interesante generar una iniciativa de intercambio de muebles o quizas recibir muebles usados para arreglarlos venderlos a precios mas baratos, con los plasticos y cartones quizas hacer muebles de este material

no tengo nada que decir

El enfoque para cuidar el medio ambiente , me parece muy notable ya que la contaminacion va en aumento. Es muy acertado. Mi opinion a la hora de vender los muebles que respeten el medio ambiente. Crear un logo propio para certificar que lo son asi el cliente detecta enseguida cuales son y se siente que ayuda a no destruir el planeta. Vostros ganais una venta y ellos se sienten realizados utiles que han hecho algo para impedir la destruccion total de la flora.