

El Mercado de los EE.UU. para Muebles, Artículos de Decoración para el Hogar y Regalo

Rubén Rondinelli
Agregado Económico Comercial
del Perú en Nueva York

Grupos Principales

- Muebles
 - Artículos de decoración y utensilios
 - Regalos
 - Artesanías
- * Muchos artículos de decoración, regalo y artesanía se sobreponen. Ej.: Un plato de Chulucanas es un objeto decorativo, es una artesanía y puede ser vendido como regalo. Estos grupos de productos pueden ser vendidos en un mismo establecimiento comercial.

Ventas Minoristas Anuales Estimadas

US\$ Miles de Millones

Tipo de negocio	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	En-Jun 06	En-Jun 07
Muebles y art. de decoración hogar	91.3	91.6	94.6	97.5	105.3	112.4	121.4	60.3	61.7
Muebles	50.7	50.6	51.3	52.1	56.5	60.3			
Artículos de decoración hogar	40.6	41.0	43.3	45.5	48.8	52.1			

- Fuente: US Bureau of Census
- Elaboracion: Oficina Comercial del Peru en Nueva York

Artículos de Regalo y Decoración del Hogar

El Mercado de Regalo

- El mercado total de regalos de los EE.UU. en el 2006 fue de casi \$ 120 mil millones
- Incluye principalmente:
 - \$ 92 mil millones de regalos familiares, que disminuyó 8% desde el 2004
 - \$ 7.7 mil millones regalos corporativos, creció 7% desde el 2004
 - Otros

Segmentos del Mercado de Regalos

- Artesanias:
 - Fina.- únicas de mucho precio, sean funcionales o decorativas
 - Artesanias de producción.- siendo hechas a mano, son mas o menos reproducibles y disponibles en grandes cantidades
- Otros Artículos de Regalo.- Coleccionables, juguetes, velas, artículos de cuidado personal, artículos decoración del hogar (marcos, lámparas, luces, textiles del hogar, cojines, alfombras), joyeria, tarjetas de saludos, articulos navideños y otras fiestas (Ej.: halloween), y regalos generales

El Sector que mas crece es artículos de decoración del hogar, que tambien tiene la mayor parte del mercado 26.2% seguido de artículos de escritorio y de papel (23.9%), regalos generales (20.3%)

Factores que Definen el Mercado de Regalos

- La economía.- La industria es cíclica, subiendo y cayendo con la tasa de desempleo, tasas de interés y otros indicadores económicos. Principalmente se mueve con los niveles de confianza y los hábitos de compra estacionales.
- Otros factores que definen el mercado son: población mayor (con más recursos que gastar), el mercado adolescente (con ambos padres trabajando y sin o pocos hermanos), el mercado nupcial, el comercio electrónico y las ventas por internet (cada vez más empresas ofrecen ventas por internet y consumidores que son internet letrados empiezan a ganar dinero), el renovado interés en los accesorios de decoración del hogar buscando valor y calidad por el precio pagado.

Gustos Regionales

- Estilos clásicos se venden mejor en estados del nor este (sobre todo en Nueva Inglaterra) y estados del atlántico medio.
- Estilos retro 1950 y 1960 en todo el país
- Costa oeste, estilos campestres tipo Misión.
- Estilos contemporáneos en Nueva York y el sur de la Florida.
- Estilos mas selectos, alrededor de grandes ciudades (donde se encuentran las comunidades de mayores ingresos)

Principales Productos Importados a los EE.UU. Desde Peru (1) (en \$ miles)

		2003	2006	En-May 06	En-May 07	Var % 07/06
711319	Joyeria de metales preciosos, no plata	70,647	83,122	32,735	22,651	-31
691390	Adornos de ceramica	1,822	1,531	306	590	93
700992	Espejos enmarcados	480	1,201	341	270	-21
711311	Joyeria de plata	607	723	255	245	-4
570110	Alfombras	67	406	161	152	-5
441400	Marcos de madera	123	354	99	85	-14
442090	Cajas de madera, joyeros de madera	89	344	46	27	-41

- Fuente: US International Trade Commission
- Elaboracion: Oficina Comercial del Perú en Nueva York

Principales Productos Importados a los EE.UU. Desde Peru (2) (en \$ miles)

		2003	2006	En-May 06	En-May 07	Var % 07/06
691200	Vajilla de cerámica	399	327	169	127	-25
580500	Tapices	28	318	226	29	-87
711719	Bisuteria de metal común	243	285	139	105	-25
711320	Joyeria enchapada	43	213	56	28	-49
711790	Bisuteria, las demas	100	207	51	178	247
442010	Articulos de decoración de madera	190	183	51	130	154
711411	Orfebreria de plata	132	41	12	26	112

- Fuente: US International Trade Commission
- Elaboracion: Oficina Comercial del Perú en Nueva York

Oportunidades para Productos Peruanos (1)

- Reproducciones de pinturas (motivos europeos, marítimos, caballos), de consumo masivo americano.
- Cerámicas.- adecuar colores a las tendencias anuales del mercado.
- Velas.- tanto como elemento decorativo como para aromaterapia. Se vende en todos los niveles de ingreso y etnicidades.
- Artículos de decoración del hogar.- manteles, cojines, alfombras. Las lámparas, luces y marcos de fotos continuarán siendo importantes.

Oportunidades para Productos Peruanos (2)

- Juguetes.- sobre todo muñecas decorativas (que no tengan plomo)
- Joyería
- Artículos únicos contemporáneos, para jardines, patios, tales como esculturas, casi artísticos.

Ejemplos de piezas unicas:



-Piezas de Tucker Robbins

-Se venden en tiendas de decoracion y amoblamiento del hogar antes que en galeria de arte

A quien vender?

- Importadores en general
- Agentes de compra: AMC, Primex: productos masivo de costos competitivos. Precio al detalle define el costo de produccion y una orden.
- Cadenas de tiendas especializadas: Pier 1, Cost Plus, Crate & Barrel: productos de alto precio, acabado fino, mayor contenido de diseño
- En ciertos productos, directamente a los minoristas. Sobre todo aquellas boutiques de regalo que importan directamente.
- Distribuidores especializados de regalos y recuerdos de bajo precio, que distribuyen a minoristas independientes. Ej: articulos de ceramica en frio.

Como Identificar un Cliente Potencial

- A traves de Promperu-exportaciones y Oficinas Comerciales
- A traves de ferias especializadas
- Directorios especializados
- Vistar páginas web de empresas que vendan productos similares, comparables en calidad y precio, identificar la marca y a traves de la pagina web de la Oficina de Marcas y Patentes de los EE.UU., determinar quien es propietario de dicha marca para ubicarla.

Principales Ferias Especializadas En Artículos de Regalo y Decoración:

Además de las ferias de muebles de Las Vegas y High Point:

- New York International Gift Fair (www.nyigf.com)
- California Gift Show (www.californiagiftshow.com)
- Atlanta International Gift & Home Furnishings Market (www.americasmart.com)
- Dallas International Gift & Home Accessories Market (www.dallasmarketcenter.com)
- San Francisco International Gift Fair (www.sfigf.com)

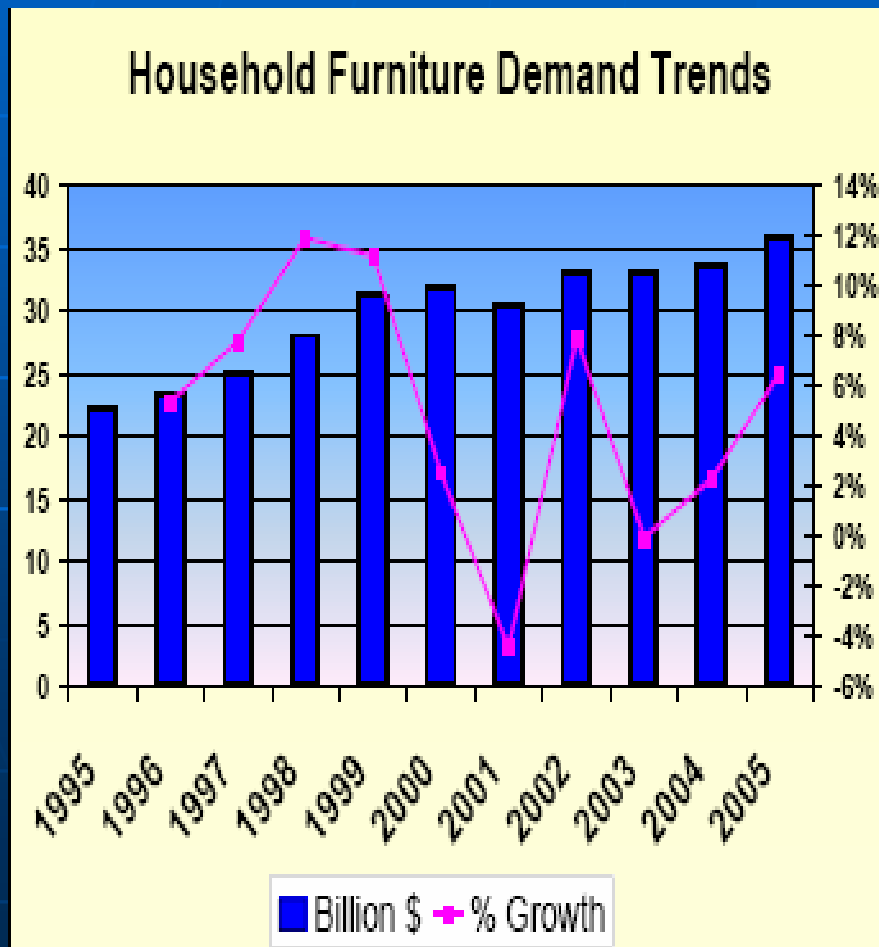
El Mercado de Muebles para el Hogar

Consideraciones importantes sobre el Mercado de Muebles

- Fuerte desaceleración en la construcción de casas hasta el 2010
- Crecimiento de la importación de muebles, promedio 2.4 % anual, entre el 2005-2010 a US\$ 40.3 m
- il millones
- EE.UU. Es un importador neto de muebles, en el 2005 tuvo un deficit de US\$ 14,000 millones, siendo China su principal abastecedor y su industria local reduciéndose cada vez más.
- Los principales factores que determinan una compra son el precio y calidad, seguido por el estilo, marca, servicio al cliente y financiamiento entre otros.

Tamaño del Mercado

La demanda de muebles en los EE.UU. Creció 2.3% en promedio anualmente desde el 2000 a \$ 35.9 mil millones en el 2005. Desde 1995 a la fecha sobresalio el crecimiento de los muebles RTA (Listos para ensamblar)



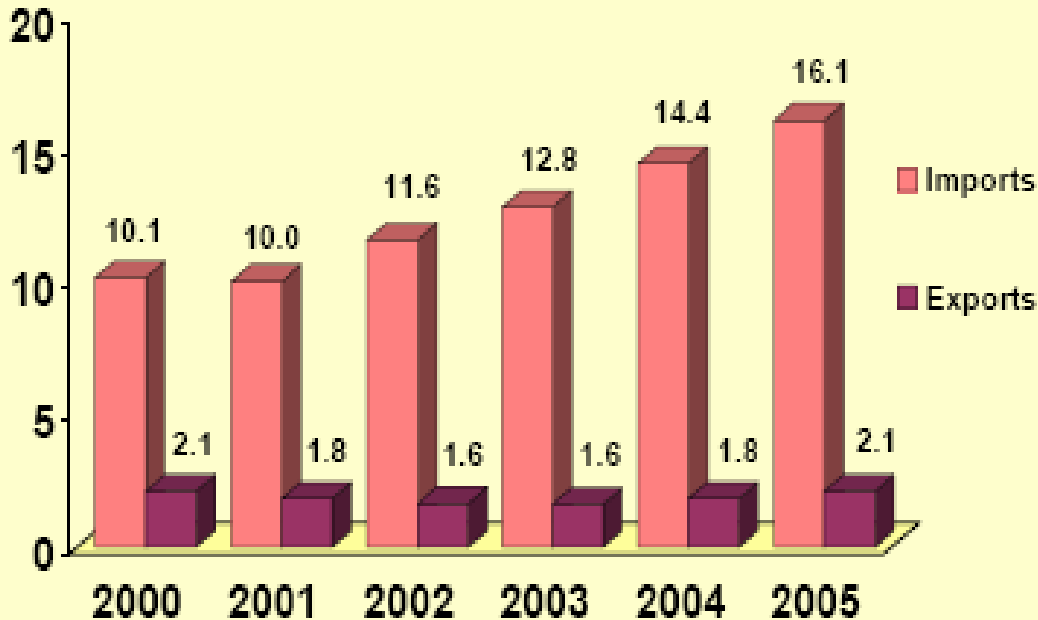
Year	Demand (mil \$)	Annual % Growth
1995	22088	
1996	23271	5.4
1997	25076	7.8
1998	28067	11.9
1999	31199	11.2
2000	31979	2.5
2001	30550	-4.5
2002	32958	7.9
2003	32939	-0.1
2004	33681	2.3
2005	35867	6.5

Grupos de Muebles

- Muebles Tapizados.- Mayormente abastecido por industria local. Son remplazados mas rápidamente porque se malogran y por ser mas orientado a la moda.
- Muebles sin tapizar.- Son mas caros, se venden en sets, mayor abastecimiento foráneo, especialmente China. Participa Peru con dormitorios, comedores y muebles para salas. Empresas de los EE.UU. Establecen fabricas o joint ventures para reducir costos.
- Otros muebles.- compuesto por muebles de metal, caña, plástico, fibra de vidrio y mimbre.

El Comercio de Muebles

Household Furniture Trade
(billion dollars)



-En el 2005 EE.UU fue un importador neto de 14 mil millones

-China y Canadá fueron los principales abastecedores

-China seguira creciendo, no solo por muebles hechos por empresas Chinas, si no tambien, por fabricantes de los EE.UU que han trasladado a China, parte de su producción

-Los muebles importados son competitivos por bajo costo de mano de obra, materias primas abundantes y exóticas y bajos costos de transporte.

Principales Muebles Importados desde Peru, por subpartidas - en US\$ miles -

		2000	2006	I-V 06	I-V 07	Var% 07/06
	TOTAL	9,079	12,152	4,924	5,223	6.1
940360	Muebles de madera, las demás, Ej. Aparadores, mesas de sala	7,694	7,134	2,758	3,764	36.5
940350	Muebles de madera de dormitorio	815	3,901	1,764	1,038	-41.2
940161	Asientos de madera, tapizados	13	488	180	208	15.7
940169	Asientos de madera, sin tapizar	477	337	135	142	5
940340	Muebles de madera de cocina	20	244	73	55	-24.2
940389	Muebles, los demás	0.0	0.0	0.0	10.4	N/A
940370	Muebles de plástico	46.0	26.9	0.0	4.8	N/A
940380	Muebles de caña, bambú o similares	15.5	4.8	4.8	0.0	-100
940180	Asientos, los demás	0.0	14.0	5.9	0.0	-100
940171	Asientos de metal y tapizados	0.0	2.4	2.4	0.0	-100

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración: Oficina Comercial del Peru en Nueva York

940360 - MUEBLES DE MADERA, LOS DEMAS (EN US\$ MILLONES)

		2003	2006	En-May 06	En-May 07	Var % 07/06	Part %
	TOTAL	4,249.1	5,438.9	2,146.4	2,087.1	-2.76	100.0
1	China	1,868.8	2,828.5	1,107.9	1,071.4	-3.3	51.3
2	Canada	559.0	681.0	258.1	241.4	-6.4	11.6
3	Malasia	192.4	276.9	104.1	106.3	2.1	5.1
4	Vietnam	84.5	202.2	73.1	94.7	29.5	4.5
5	Indonesia	208.4	180.6	84.9	85.7	1	4.1
27	Peru	7.7	7.1	2.8	3.8	36.5	0.2

- **Fuente:** USITC (United States International Trade Commission)
- **Elaboración:** Oficina Comercial del Peru en Nueva York

940350 - MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS EN DORMITORIO (EN US\$ MILLONES)

		2003	2006	En-May 06	En-May 07	Var % 07/06	Part %
	TOTAL	2,425.2	3,213.7	1,301.1	1,216.5	-6.50	100.0
1	China	1,166.4	1,510.0	606.5	528.0	-12.9	43.4
2	Vietnam	36.3	470.5	167.2	240.2	43.6	19.7
3	Malaysia	89.6	216.7	86.2	90.8	5.3	7.5
4	Indonesia	125.4	213.2	87.4	87.9	0.6	7.2
5	Canada	387.6	248.9	119.6	81.0	-32.3	6.7
28	Peru	1.4	3.9	1.8	1.0	-41.2	0.1

- **Fuente:** US International Trade Commission
- **Elaboración:** Oficina Comercial del Peru en Nueva York

940161 - ASIENTOS CON ARMAZON DE MADERA, TAPIZADOS, LOS DEMAS (EN US\$ MILLONES)

		2003	2006	En-May 06	En-May 07	Var % 07/06	Part %
	TOTAL	1,857.4	2,816.1	1,098.9	1,178.6	7.26	100.0
1	China	526.6	1,661.4	613.6	718.6	17.1	61.0
2	Mexico	245.3	332.8	140.5	135.3	-3.7	11.5
3	Italy	567.4	236.4	107.0	81.5	-23.9	6.9
4	Canada	243.5	199.6	84.3	76.5	-9.3	6.5
5	Vietnam	11.8	50.4	15.0	28.1	87.2	2.4
34	Perú	0.1	0.5	0.2	0.2	15.7	0.02

■ **Fuente:** US International Trade Commission

■ **Elaboración:** Oficina Comercial del Peru en Nueva York

Ventas Minoristas de Muebles y Artículos de Decoración

■ Mueblerías	48%
■ Tiendas Especializadas	21%
■ Otros Minoristas	16%
■ Tiendas de ventas masivas	15%

-El número de mueblerías independientes está declinando debido a la presencia de otras mueblerías verticalmente integradas y otros factores como los bajos costos para importar, las restricciones en los créditos y los cambios de comportamientos en la compra

-La desaceleración del mercado inmobiliario hasta el 2010, afectará a los minoristas.

- Tiendas de ventas masivas como Target y Wal-Mart están ganando en el segmento de mueblería casual, quitándole a las tiendas especializadas.

-Mayores ventas Online sobre todo para muebles Listos para ensamblar-RTA

Tendencias

- Crecimiento rápido y sostenido de muebles listos para ensamblar – IKEA
- Los estilos tradicionales americanos, pierden ante estilos contemporáneos que gustan mas a los jovenes.
- Otros estilos que se han vuelto populares son los estilos Retro, Colecciones Shabby-Chic (apariencia antigua) y asiaticas, así como diseños de inspiración étnica.
- Muebles hechos a la medida ofrecidos por minoristas que trabajan con fabricantes
- Ambientalistas, creciente base de consumidores que buscan muebles fabricados con maderas de bosques controlados o maderas recicladas. Solicitan certificación.

Indicadores Claves

-En miles de millones-

				Crecimiento % anual	
				2000	2005
PBI	9,817	12,456	16,100	4.9	5.3
Población (millones)	282.2	296.4	309.9	1.0	0.9
Ingreso personal disponible	7,194	9,036	11,770	4.7	5.4
Unidades familiares (millones)	107	113.2	119.3	1.1	1.1
Gastos en mejoras de residencias privadas	109.6	161.2	207	8.0	5.1
Construcción de viviendas (miles)	1569	2069	1765	5.7	-3.1

Factores que afectan el Mercado

- La construcción y remodelación de casas nuevas es el principal promotor de la demanda de muebles. Población entre 25-35 años compra casa nueva, población de 35-54 remodela casa
- Los niveles de confianza del consumidor afectan, ya que la compra de muebles es fácilmente diferida
- La compra de muebles tiene una estacionalidad, siendo la mas baja el primer trimestre del año.

Proyecciones

- La producción doméstica crecerá a \$ 22.7 mil millones en el 2010
- Las importaciones seguirán creciendo a un ritmo de 2.4% anual entre el 2005 al 2010, hasta \$ 40.3 mil millones
- **Se prevee una mayor importación de Asia y Sud América**

Proyecciones para los productos

- Muebles Tapizados.- Crece hasta \$ 10.8 mil millones en el 2010. El consumidor busca telas mas resistentes a los líquidos y a la luz solar y menos alérgicas. Los sofas y sillones con asientos profundos y suaves. Los colores neutrales lideran el mercado
- Muebles Sin Tapizar.- una mayor población de edad con mas ingresos que les permite comprar este tipo de muebles caros como comedores y dormitorios de madera sólida. (mercado para exportadores peruanos).
- Otros muebles.- Crece a \$ 2.9 mil millones para el 2010, se beneficia de los gustos contemporáneos de los consumidores. El uso de metal y finos acabados en muebles contemporaneos y muebles para usos exteriores se potencia por su comercialización a través de tiendas de mercado total que los ofrecen a bajos precios.

Recomendaciones para Muebles Peruanos

- Muebles de madera con estilos retro. Ampliar la oferta de diseños, sobre todo aquellos que ya tienen demanda mas amplia.
- Un punto de distribución en los EE.UU., potencia las ventas y los márgenes de retorno; si no,
- Buscar proveer a mueblerías independientes de tres o mas tiendas, que atiendan del segmento alto del mercado, especialmente, aquellos localizados en ciudades con poblaciones de ingresos superiores al promedio.
- Fortalecernos como abastecedor de muebles de madera de fino acabado, con aplicaciones de metales forjados o cuero, ampliando características del diseño. El mercado paga la calidad, el diseño y la fineza del acabado.
- Buscar utilizar maderas de bosques ecológicamente controlados, mas certificación.

Ferias Importantes

- High Point Market (dos veces al año, marzo-abril y octubre).
www.highpointmarket.org
- Las Vegas Market (dos veces al año enero-febrero y julio-agosto)
www.lasvegasmarket.com
- International Contemporary Furniture Fair – ICFF (anual en mayo) www.icff.com

Muchas Gracias

Rubén Rondinelli
Agregado Económico Comercial
del Perú en Nueva York

Consulado General del Perú
241 East 49 Street, Nueva York, NY 10017
Tel 646-735 3868 / Fax 646-735 3869
E-mail: Ofcopeny@aol.com