

Fuente

Gestión

Fecha

09/May/2017

Las mesas representan el 72% de exportaciones peruanas de muebles de madera a EE.UU.

Martes, 09 de mayo del 2017

ECONOMÍA

05:28

En Estados Unidos, el estado de California es el principal importador de muebles de madera, ya que concentra el 28% del total nacional y en los últimos cinco años ha registrado un crecimiento de 36.3% (2011–2016), señaló la **Ocex del Perú en Los Ángeles**.



Tweet

0

G+1

1

in Compartir

Durante el 2016, el Perú exportó un total de US\$ 2.3 millones en muebles de **madera a Estados Unidos**, de los cuales el 72% corresponden a mesas, señaló la Oficina Comercial (Ocex) del Perú en Los Ángeles.

El principal producto exportado el del rubro “los demás muebles de madera” que incluye mesas de centro, auxiliares, laterales, entre otros, que concentró el 72% del total exportado y seguido por los muebles de madera para dormitorio con 19%, precisó.

0

Pinit



Enviar

Asimismo, resaltó que las importaciones totales de muebles de madera de Estados Unidos durante el 2016 fueron de US\$ 11,000 millones, suministradas, principalmente, por China, Canadá y México.

“Dichas cifras reflejan una gran oportunidad para los fabricantes de muebles de madera peruanos”, subrayó la Ocex.

Sin embargo existen ciertos desafíos para el exportador, el primero está en lograr venderle, a las grandes cadenas de retail y a las tiendas especializadas, productos de alta calidad que cumplan con las exigencias del mercado estadounidense.

El segundo reto consiste en adaptarse a los cambios y necesidades de la demanda, para así proveer al consumidor lo que busca.

El mercado

El mercado de muebles de madera de Estados Unidos sigue un comportamiento que guarda cierta correlación con el crecimiento económico y su incidencia en el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

Según expertos de la industria, en el 2016, la venta de muebles de madera creció a tasas más elevadas que el crecimiento económico del país debido a la reactivación del sector construcción, en especial el del subsector residencial y al mayor gasto privado.

Las categorías que mostraron los mayores crecimientos fueron “los demás muebles” -que incluye mesas de centro, auxiliares (coffee tables) y laterales (mesas de noche)-, seguido por los muebles para el dormitorio y para la cocina.

Según diversas fuentes relacionadas al mercado de muebles de madera estadounidense, se estima que la demanda seguirá en aumento por los próximos años debido a las expectativas de crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) per cápita y del sector inmobiliario.

En Estados Unidos, el estado de California es el principal importador de muebles de madera, ya que concentra el 28% del total nacional y en los últimos cinco años ha registrado un crecimiento de 36.3% (2011–2016).

La escasez de recursos forestales en el estado ha obligado a que las cadenas de distribución o retailers, con la capacidad de importar sus propios muebles, busquen abastecimiento de países como China, India, Indonesia, Vietnam, entre otros.

Si bien la variedad de muebles y sus usos es amplia, las tendencias muestran dos medios de compra con marcadas diferencias entre los muebles que son adquiridos por los consumidores.

Compra online

Según la empresa de auditoría y consultoría KPMG, como primer medio de adquisición está la compra online.

El perfil de este comprador es el siguiente: adulto entre los 20 y 35 años, con un estilo de vida muy activo, con un salario promedio de US\$ 6,000 mensuales y un importante porcentaje de ellos empieza a formar familias.

Este consumidor de muebles de madera busca la mejor relación entre precio y calidad, pero siempre optando por la alternativa más económica entre su espectro de calidad.

Los artículos que más compra a través del Internet, además de sillones para la sala, son las mesas de centro, auxiliares y laterales – para el dormitorio y/o para la sala, y las mesas y sillas para el comedor y/o cocina.

La OCEX resaltó que muchos de los muebles que compra llegan a la puerta de su hogar, en un plazo de siete días, en cajas de cartón y listos para armar (con las herramientas necesarias).

El mercado de venta de muebles y artículos a través del Internet ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años y muchas de las empresas que atendían únicamente la venta física han optado por incorporar el medio online.

Casos como este son los de las grandes empresas Ashley Furniture, IKEA, La Z Boy Furniture, Restoration Hardware, American Signature Furniture, entre otros.

Compra en tienda

El segundo medio de adquisición, según KPMG, es la compra en el espacio físico, es decir en la misma tienda. En este caso, el perfil del comprador es muy distinto al anterior, pues éste se caracteriza por ser un adulto sedentario entre los 35 a 60 años, con un trabajo estable y una familia, el sueldo promedio de US\$ 9,000 mensuales.

Además, este comprador es detallista en su búsqueda y prefiere acudir a la tienda y sentir la calidad del mueble antes de adquirirlo.

El precio no es una variable que afecta de manera relativa su decisión de compra, como lo es la calidad del producto que busca. Los artículos que más compra son las mesas de centro y auxiliares para la sala y las mesas y sillas para el exterior del hogar.

Como tendencia actual del mercado, están las mesas de madera fina, de estilo chevron, como el roble, nogal y hasta el eucalipto con bases de metal de color oscuro.

Origen exótico

Otra tendencia, que ya lleva cierto tiempo vigente, es la gran demanda por muebles provenientes de países exóticos como la India e Indonesia. A través de técnicas de decoración, estos muebles brindan la oportunidad de trasladar la cultura del país de fabricación al interior del hogar.

Las empresas más importantes que atienden a este estilo de comprador, son las especializadas como Mix Furniture y Grayson Luxury, en Los Ángeles, y las cadenas de retail como Create and Barrel y Raymour Flanigan.

Estas tiendas ofrecen muebles de alta calidad y peculiar estética, muy valorados por el mercado de alta gama, a precios tan elevados que dejan amplios márgenes para el vendedor, permitiendo así la subsistencia de un gran número de ofertantes.