

PERFILES DE PRODUCTOS

Centro de Inteligencia Comercial e Información - CICO

MUEBLES

Abril, 2008

CONTENIDO

1. Introducción	2
2. Evolución de las exportaciones	2
Totales	
Por producto	
3. Principales mercados	4
Destinos de las exportaciones ecuatorianas	
Principales países importadores	
4. Principales competidores	6
Exportaciones mundiales	
Principales países exportadores	
5. Comportamiento y tendencias	9
IKEA Group	
Mohawk Industries, Inc.	
Leggett & Platt, Incorporated	
6. Acceso a mercados Oportunidades comerciales	18
Barreras arancelarias	
Barreras no arancelarias	
7. Oportunidades comerciales	26

1. INTRODUCCION

Para el análisis del sector de muebles se han tomado los siguientes capítulos:

Partida	Descripción
9403	Muebles y sus partes
Subpartidas:	
940360	- Demás muebles de madera
940350	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios
940390	- Partes de muebles
940330	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en las oficinas
940310	- Muebles de metal del tipo de los utilizados en las oficinas
940340	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en las cocinas
940320	- Demás muebles de metal
940370	- Muebles de plástico
940380	- Muebles de otras materias, incluido el roten, mimbre, bambu o materias similares

2. EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES

Exportaciones Totales

Las exportaciones totales del sector de muebles se avaluaron en aproximadamente 6 millones de dólares y un poco más de mil toneladas en el 2007. Se registró un crecimiento promedio anual del 11% en términos FOB y 2% en toneladas en el último quinquenio. Se han presentado decrecimiento desde el año 2003 hasta el año 2005, sin embargo, se observa un excelente desempeño en los años posteriores (tasas de crecimiento sobre el 40%).

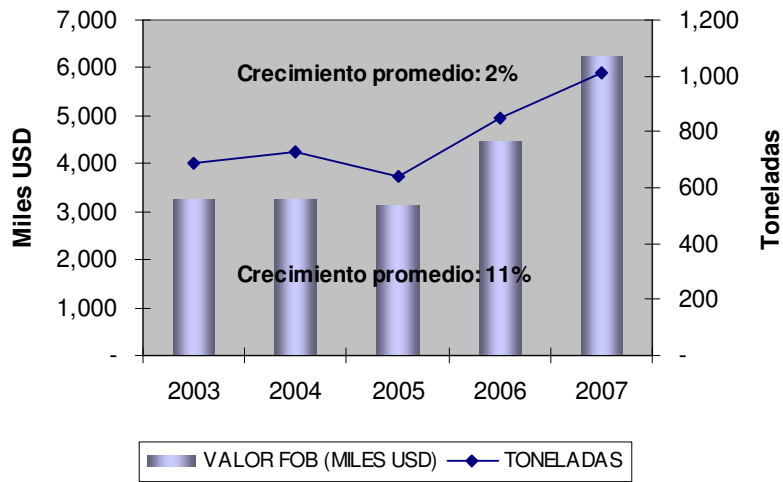
En el año 2007 se presenta un crecimiento del 40%, tasa muy superior al incremento registrado en las toneladas exportadas (19%), por lo que se puede deducir una ventaja en cuanto a precios. Este incremento se justifica principalmente por las exportaciones de los demás muebles de madera y los muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios.

ECUADOR				
EXPORTACIONES DEL SECTOR DE MUEBLES EN EL ECUADOR				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2003	3,274	691	-24%	-34%
2004	3,246	726	-1%	5%
2005	3,129	639	-4%	-12%
2006	4,475	849	43%	33%
2007	6,242	1,009	40%	19%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) / Sistema de Inteligencia de Mercados (SIM)
CORPEI

Elaboración: CORPEI - CICO

Evolución de las exportaciones del sector de muebles ecuatorianos

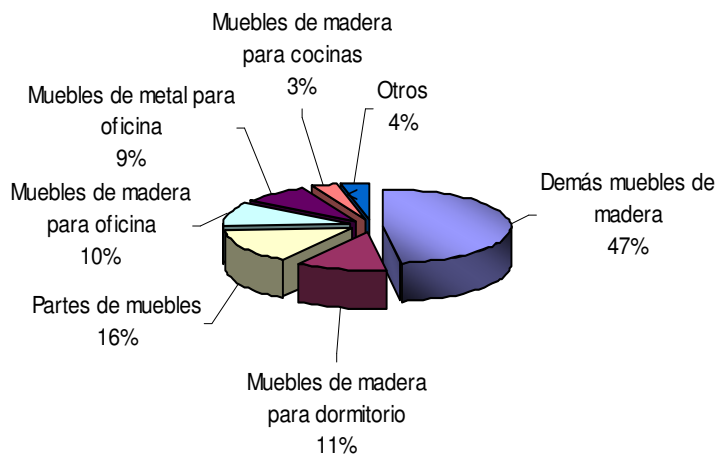


Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI - CICO

Por producto

El 47% del sector de muebles del Ecuador le corresponde a los demás muebles de madera, cuyo crecimiento promedio anual FOB en los últimos cinco años ha sido del 14%. Los muebles de madera para dormitorio tuvieron un incremento promedio anual del 66%. Las partes de muebles registraron el más bajo crecimiento de los productos de este sector (12%).

Principales subproductos del sector de muebles en el Ecuador Promedio 2002-2006



Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI - CICO

En el siguiente cuadro se detallan las exportaciones de todas las variedades de muebles que el Ecuador destina al mercado internacional.

PRODUCTOS EXPORTADOS POR EL ECUADOR				
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2006	2007	VARIACIÓN
		VALOR FOB	VALOR FOB	PROMEDIO ANUAL
		(MILES USD)	(MILES USD)	2007 / 2003
94036000	- Demás muebles de madera	2,062.05	2,745.45	14
94035000	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios	347.98	1,161.06	66
94039000	- Partes de muebles	670.85	665.96	12
94033000	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en las oficinas	475.21	537.60	21
94031000	- Muebles de metal del tipo de los utilizados en las oficinas	394.75	467.92	22
94034000	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en las cocinas	236.89	349.07	99
94032000	- Demás muebles de metal	164.31	230.14	91
94037000	- Muebles de plastico	116.80	76.35	438
94038000	- Muebles de otras materias, incluido el roten, mimbre, bambú o materias similares	5.83	8.69	5
	TOTAL GENERAL	4,474.67	6,242.24	20

Fuente: BCE / SIM

Elaboración: CORPEI - CICO

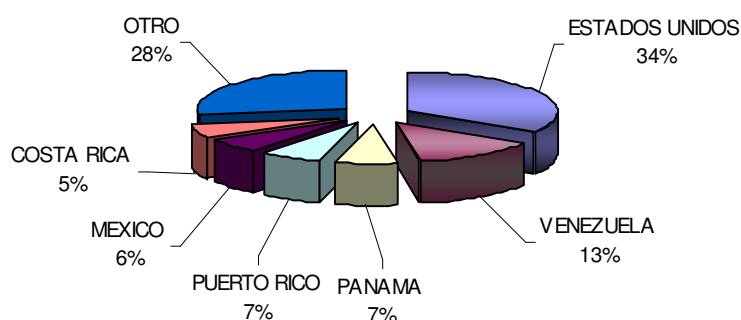
3. PRINCIPALES MERCADOS

Destinos de las exportaciones ecuatorianas

Ecuador exporta anualmente muebles a 49 países en el mundo. Es así como los demás muebles de madera, como producto estrella del sector, se exporta a países de Europa, América del Norte, Central y Sur y Asia.

Sin embargo se presenta una alta concentración en valores exportados ya que más del 46% se destina a América Latina y el Caribe y el 34% se destina exclusivamente a Estados Unidos.

Destinos de las exportaciones de muebles Promedio 2003 - 2007



Fuente: BCE / SIM

Elaboración: CORPEI - CICO

Las importaciones que Estados Unidos realiza desde Ecuador no han crecido en promedio durante el período 2001-2005. Este país registra el 32% de la importaciones globales de muebles y el crecimiento de sus compras desde el mundo es del 11% en los últimos cinco años, por lo que éste es un mercado que aún falta por explotar puesto que no es un mercado maduro. Los demás muebles de madera se constituyen en el producto

más importado por Estados Unidos, ya que representó el 82% en el 2006. Otros productos importados son los muebles de dormitorio y de oficina.

Venezuela es un mercado cuyas importaciones de muebles han crecido a una tasa del 21% en el período 2002-2006, no obstante las importaciones que realizó desde Ecuador crecieron a una tasa del 81% en el mismo período, tasa muy superior a la que mantiene con el mundo (21%) De Ecuador se abastece principalmente de partes de muebles (36%), muebles de metal para oficinas (32%) y de muebles de madera para oficinas

Otros países de importancia para las exportaciones ecuatorianas de este sector son Colombia, Panamá, Costa Rica y Perú, países en los que Ecuador ha fortalecido su presencia, un caso particular a destacarse es el de Venezuela y Costa Rica que registra un crecimiento del 81% y 62% respectivamente en las importaciones que realizó desde Ecuador entre los años 2002-2006.

También es importante mencionar que en el período indicado tres de los principales mercados a los que Ecuador exporta muebles registran tasas de crecimiento mayores a sus importaciones globales, lo que evidencia que son mercados en auge sin embargo las tasas de crecimiento de las importaciones que realizan desde Ecuador han sido superiores.

PRINCIPALES MERCADOS DE MUEBLES ECUATORIANOS								
País	Importaciones desde Ecuador			Importaciones desde el mundo			Part. del Ecuador en las M del país %	Principales productos importados desde Ecuador
	Valor 2006	Ton. 2006	Crec. en Valor % 2002-2006	Valor 2006	Crec. en Valor % 2002-2006	Part. en las M mundiales %		
ESTADOS UNIDOS	1,842	247	0	19,111,140	11	31.9	0.0	Los demás muebles de madera (82%), muebles de dormitorio (9%), muebles de oficina (5%)
VENEZUELA	941	196	81	80,522	21	0.0	0.0	Partes de muebles (36%), muebles de metal para oficinas (32%), muebles de madera para oficinas (25%)
COLOMBIA	249	62	49	28,460	30	0.0	0.0	Muebles de madera para oficina (50%), partes de muebles (24%), demás muebles de madera (9%), muebles de plástico (9%), muebles de madera para dormitorios (6%)
PANAMÁ	197	31	3	48,909	nd	0.0	0.0	Demás muebles de madera (56%), muebles de madera para dormitorio (30%), muebles de madera para oficinas (8%), muebles de madera para cocina (3%)
CHILE	179	41	-7	98,852	26	0.0	0.0	Demás muebles de madera (40%), partes de muebles (18%), muebles de madera para oficinas (15%), muebles de metal para oficinas (14%), demás muebles de metal (11%)
COSTA RICA	177	42	62	38,873	10	0.0	0.0	Partes de muebles (89%), muebles de madera para oficinas (8%), muebles de metal para oficina (7%)
PERÚ	113	42	-5	22,510	9	0.0	0.0	Muebles de plástico (54%), partes de muebles (20%), muebles de metal para oficinas (18%), muebles de madera para oficina (7%)

Fuente: TRADE MAP / BCE
Elaboración: CORPEI - CICO

4. PRINCIPALES COMPETIDORES

Países importadores

Se estima que en el año 2005 el mundo importó más de 59 mil millones de dólares en muebles y los 10 principales países importadores representaron el 67% de estas importaciones, siendo los tres líderes Estados Unidos, Alemania, Francia con el 32%, 7%

y 7% respectivamente. De estos 10 países, Ecuador exporta a 9 de ellos, quedando fuera de su lista aún Bélgica, país cuyas importaciones han crecido 12% en el período 2002 - 2006.

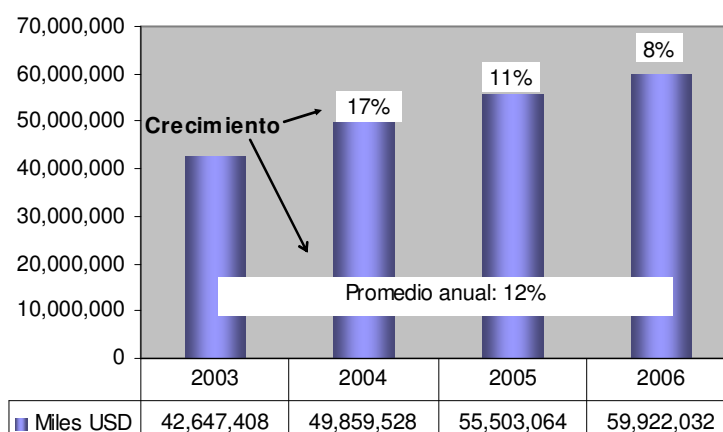
En el siguiente cuadro se observan los principales 10 países importadores mundiales de muebles entre el 2002 y el 2006.

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES					
Producto : 9403 Muebles y sus partes					
Rank	Importadores	Total importado en 2006, en miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las importaciones mundiales, %
	Estimación Mundo	59,970,780	13	8	100
1	Estados Unidos	19,111,140	11	5	31.9
2	Reino Unido	4,251,612	13	5	7.1
3	Alemania	4,180,492	9	2	7.0
4	Francia	3,679,425	15	5	6.1
5	Japón	2,333,034	7	2	3.9
6	Canadá	2,137,351	17	16	3.6
7	Holanda	1,575,180	11	6	2.6
8	Suiza	1,559,108	11	6	2.6
9	Bélgica	1,483,324	12	4	2.5
10	España	1,353,681	23	0	2.3

Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI – CICO

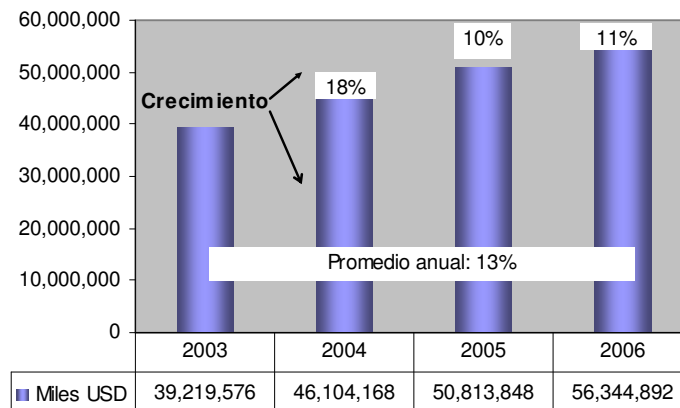
Las exportaciones de muebles tienen un alto dinamismo en el mercado mundial, en el período 2003 - 2006 sus tasas de crecimiento han variado entre 10% y 18%. En el año 2005 las exportaciones de estos productos fueron de aproximadamente USD 56 mil millones.

Evolución de las importaciones mundiales de muebles



Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI - CICO

Evolución de las exportaciones mundiales de muebles



Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI – CICO

Principales países exportadores

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES					
Producto : 9403 Muebles y sus partes					
Rank	Exportadores	Total exportado en 2006, en miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
	Estimación Mundo	56,352,720	13	10	100
1	China	9,719,930	31	24	17.3
2	Italia	6,950,048	8	10	12.3
3	Alemania	5,518,259	17	16	9.8
4	Canadá	3,517,638	3	1	6.2
5	Polonia	2,353,013	17	9	4.2
6	Estados Unidos	2,295,626	10	10	4.1
7	Dinamarca	1,983,391	6	1	3.5
8	Vietnam	1,802,743	46	24	3.2
9	Francia	1,741,101	9	11	3.1
10	Malasia	1,610,266	10	13	2.9
90	Ecuador	4,475	11	43	0.0

Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI – CICO

Dentro del sector de muebles, encontramos que el vendedor principal es China. Con casi 10 mil millones de dólares en el año 2006 y una tasa de crecimiento promedio anual en el período 2002-2006 de 31%, está a la cabeza del este mercado. Entre los principales productos que ofrecen tenemos: los demás muebles de madera, los demás muebles de metal y muebles de madera para dormitorio.

Italia, Alemania, Canadá, Polonia y Estados Unidos son mercados con importantes participaciones en este mercado, sin embargo, el crecimiento de Vietnam es mejor en los últimos cinco años (46%).

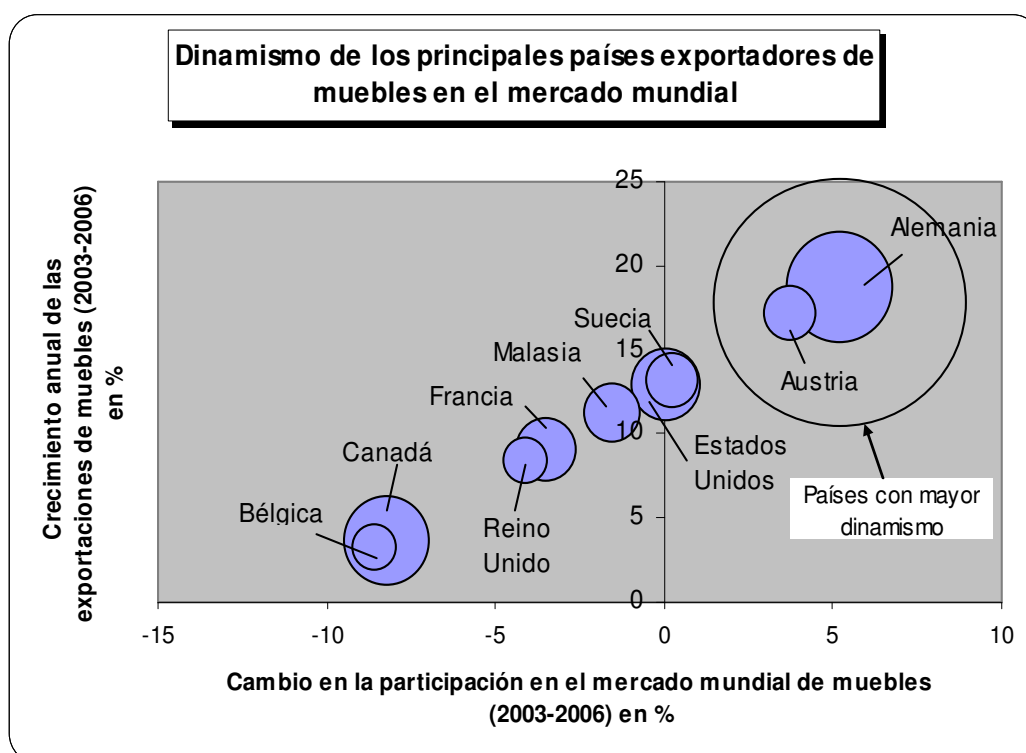
En lo referente a la competencia directa para los productos ecuatorianos tenemos que los principales son China, Italia, Polonia, Alemania y Vietnam.

Desempeño

Al realizar un análisis del desempeño del comercio de los 10 principales países exportadores en el período 2003-2006 y considerando variables como:

- Crecimiento anual de las exportaciones de cada país, y
- Cambio en la participación en el mercado mundial de cada país (es decir la mayor o menor participación que obtiene cada país en el mercado mundial anualmente)

Se obtiene como resultado que, Alemania es el principal exportador mundial y también quien registra el mejor desempeño. Hay otros países que han tenido un desempeño notable, como lo son Austria, Suecia, Estados Unidos y Ecuador (la razón por la que no aparece en el gráfico es porque las exportaciones ecuatorianas de muebles son todavía muy pequeñas dentro del contexto mundial) como se puede observar en el gráfico inferior, mientras que los restantes 5 países han tenido tasas negativas en una o las dos variables mencionadas.



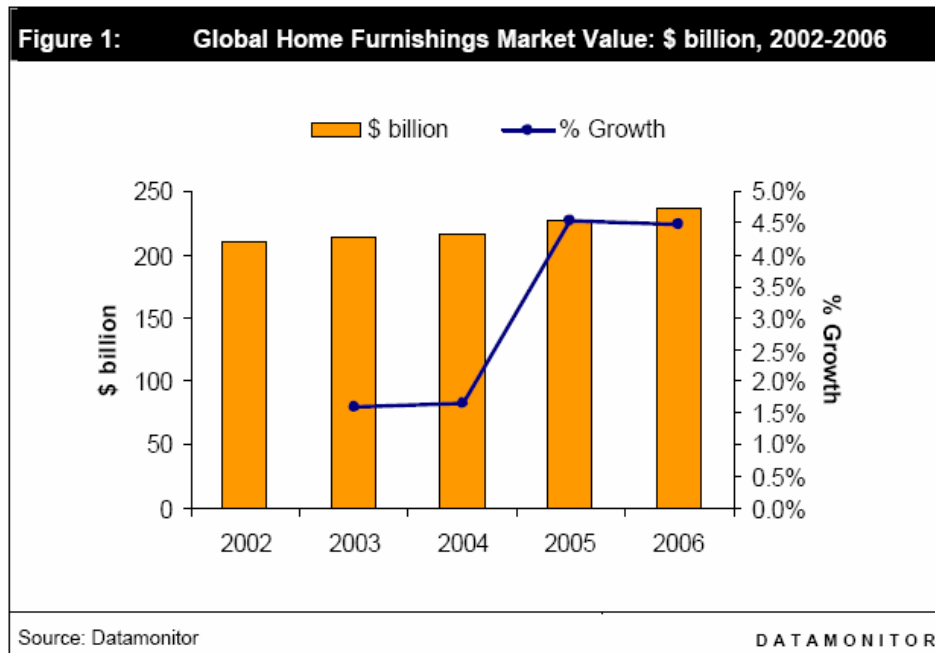
Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI – CICO

5. COMPORTAMIENTO Y TENDENCIAS

El mercado global de muebles, que consiste en el total de ingresos generados a través de la venta de muebles, alfombras y textiles de hogar, generando 237.2 mil millones en el 2006 y representando una tasa compuesta de crecimiento del 3.1% para el período 2002 – 2006. El mercado global de muebles de hogar ha mostrado crecimiento en los últimos tres años. Desde el 2005, el crecimiento año a año la tasa ha sido del 4.5% en promedio y se proyecta que el la tasa se mantenga en este nivel en el período 2006 – 2011.

Valor de Mercado

El mercado global de muebles ascendió a aproximadamente 237.2 miles de millones de dólares. La tasa de crecimiento anual del mercado en el período 2002 - 2006 fue del 3.1%.



Segmentación de Mercado

Las ventas de muebles cuentan con el 63.6% del valor del mercado global. Los textiles de hogar generan un 23.7% de los ingresos del mercado.

Table 2: Global Home Furnishings Market Segmentation I: % Share, by Value, 2006

Category	% Share
Furniture	63.60%
Household textiles and soft furnishings	23.70%
Carpets and floorcoverings	12.80%
Total	100.0%

Source: Datamonitor DATAMONITOR

Ubicación Geográfica

Europa genera el 45.3% de los ingresos globales del mercado. Los Estados Unidos cuentan con el 21.8%.

Table 3: Global Home Furnishings Market Segmentation II: % Share, by Value, 2006	
Geography	% Share
Europe	45.30%
United States	21.80%
Asia-Pacific	17.20%
Rest of the World	15.70%
Total	100.0%

Source: Datamonitor DATAMONITOR

Principales Empresas

IKEA cuenta con el 5.4% de mercado global del valor del mercado de muebles. Mohawk Industries genera un 2.9%.

Table 4: Global Home Furnishings Market Share: %Share, by Value, 2006	
Company	% Share
IKEA	5.40%
Mohawk Industries	2.90%
Leggett & Platt	2.30%
Furniture Brands	1.00%
Other	88.30%
Total	100.0%

Source: Datamonitor DATAMONITOR

IKEA Group

IKEA Group opera en el sector minorista de muebles empacados y otros artículos de hogar. La matriz de la compañía está en Helsingborg, Suecia. Para el año fiscal que terminó en Agosto de 2005, la compañía genera ingresos de 21.7 mil millones de dólares, lo que representa un incremento de 14.5% con respecto al año anterior.

Mohawk Industries, Inc.

Para el año fiscal que terminó en Diciembre de 2005, Mohawk registró ingresos de 6,620 millones de dólares, presentando un incremento del 11.2% con respecto a los ingresos del 2004. La compañía también reportó beneficios netos por 358.2 millones en ese mismo año.

Leggett & Platt, Incorporated

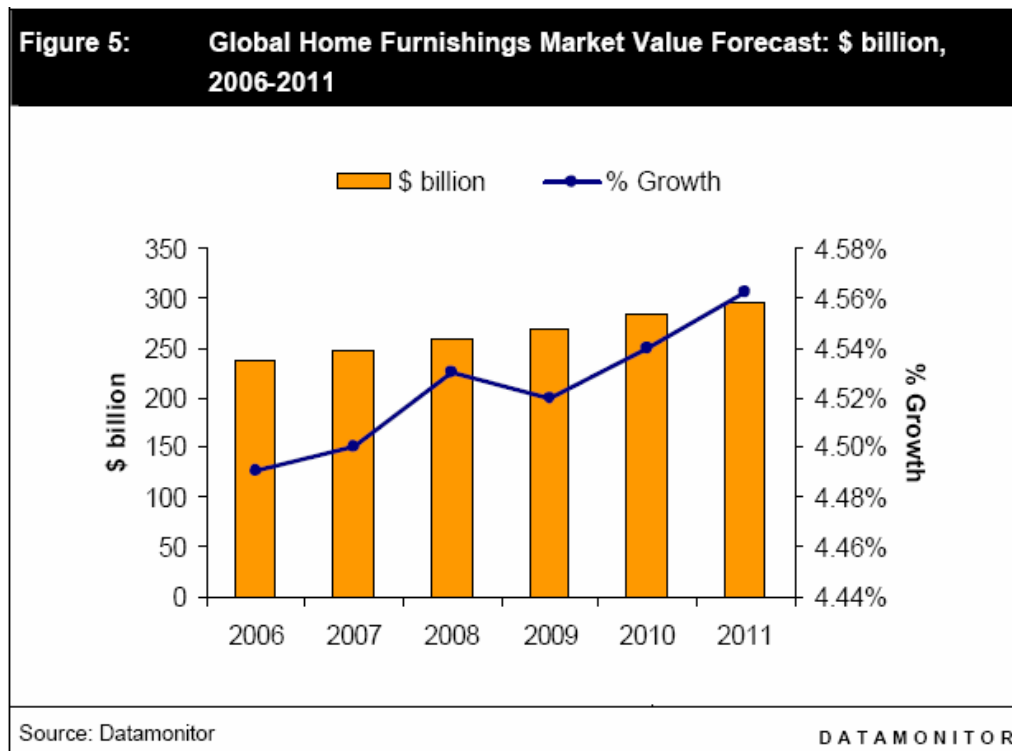
La compañía tuvo ingresos de 5,299 millones de dólares durante el año fiscal que terminó en Diciembre de 2005, un crecimiento del 4.2% en el 2004. El beneficio operacional de la compañía fue de 3962 millones durante el año fiscal 2005, con un

decrecimiento del 14.2% con respecto al año anterior. El beneficio neto fue de 251.3 millones en el 2005, con un decrecimiento del 11.9% desde el 2004.

Predicción del Valor de Mercado

En el 2011, se pronostica el mercado global de muebles de hogar se evaluará en 269 mil millones de dólares, con un incremento del 24.8% desde el 2006.

La tasa compuesta de crecimiento anual en el período 2006 – 2011 se estima en 4.5%



Tendencias en diseño

Unión Europea

El Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (CBI) de los Países Bajos ha esbozado del modo siguiente las mejores oportunidades existentes para países en desarrollo en distintos subsectores:

- Muebles étnicos: Se espera un crecimiento continuo de la demanda de muebles étnicos auténticos, especialmente muebles pequeños o de uso ocasional de comedor y sala de estar y muebles de dormitorio.
- Muebles de fácil montaje: La calidad y el diseño de este tipo de muebles está aumentando, lo que lo hace atractivo para un grupo más amplio de consumidores, incluidas personas mayores. Los muebles, accesorios y componentes de fácil montaje son bastante fáciles de fabricar y transportar. Hay que proceder con cuidado para garantizar que los herrajes encajen y hay que prestar atención a las instrucciones de montaje y envasado. La posibilidad de reciclaje es también un aspecto importante del mueble de fácil montaje.

- Muebles coloniales: Está formado por muebles de comedor y de sala de estar en tintes oscuros, presentando una mezcla de madera dura de zonas tropicales y templadas. La tendencia ha sido popular en los Países Bajos y el Reino Unido.
- Muebles de bambú y de roten: En algunos mercados nicho de importancia creciente, estos muebles son un sustituto de moda de los productos de muebles tropicales, especialmente para los interiores del hogar, jardines y residencias secundarias.
- Muebles de oficina en el hogar: La demanda de este tipo de mueble parece experimentar un gran auge en todos los mercados importantes a medida que se hacen más corrientes el trabajo en el hogar y a distancia. Además, los ahorros en costos y el tiempo gastado en transporte han alentado a los empleadores a subcontratar el trabajo de oficina. Este subsector ha estado dominado por los fabricantes de muebles de oficina y está dirigido ampliamente al concepto de fácil montaje, pero se están desarrollando nuevas tendencias en favor de la oficina “disimulada” en el hogar, que exige piezas de mobiliario multifuncionales en diseños compatibles con los de otros muebles para el hogar. Es posible utilizar para este tipo de muebles madera maciza, en lugar del aglomerado más corriente.

Los tamaños de los muebles deben corresponder a requisitos distintos en Europa, Japón y Estados Unidos. Los muebles para el consumidor estadounidense tienden a tener dimensiones mayores, y los artículos pequeños para familias de una o dos personas tienen importantes oportunidades de venta en Europa.

Se necesitan **precios competitivos, entrega pronta y servicios posventa** para entrar en segmentos de mercado de precios inferiores, especialmente para las entregas de grandes volúmenes a grupos de compra o a grandes cadenas de almacenes. Los fabricantes también están empezando a actuar como importadores de muebles de encargo.

La creación de diseños originales es necesaria para quien desee pasar al extremo superior del mercado. Estos diseños deberían proporcionar valor añadido real. La mayoría de las exportaciones actuales de los productores tropicales son de encargo y presentan escasas innovaciones locales o aportación de diseño, lo que en todo caso procede a menudo del comprador.

Estados Unidos

Se está recurriendo a mejores diseños, estilos, a nuevos materiales y conceptos para crear artículos que difieren de los productos usuales y genéricos.

Tendencias de los estilos y diseños

Hay un puñado de agrupaciones estilísticas en los muebles vendidos en el mercado estadounidense. La elección del estilo en los puntos de venta parece depender de la utilización final del artículo de mobiliario que se considera y del precio que el cliente está dispuesto a pagar.

En los puntos de venta con precios de promoción el estilo “contemporáneo” es el más popular, seguido del estilo “rural americano”; estos dos estilos acaparan más de cuatro quintas partes de las ventas en las gamas de precios inferiores. Los estilos “rural americano” y “tradicional” tienen casi una cuarta parte de las ventas en los niveles de precios medios; el estilo “artesanales” tiene 26 %. En la gama alta, “otros estilos

tradicionales” tienen un considerable 32 % de participación en las ventas; el estilo “tradicional europeo” tiene 23 % del mercado.

Es interesante señalar las preferencias estilísticas de cada tipo de mueble. En armarios de madera (para guardar objetos), por ejemplo, los estilos “contemporáneo” y “rural americano” son los más populares. Las participaciones en las ventas de armarios para guardar objetos, desglosadas por utilización final, fueron como sigue: 40 % para dormitorio principal, 11 % para dormitorio de jóvenes, 18 % para comedor de etiqueta, 15 % para comedor informal y 16 % para otros fines.

En la gama de precios medios para comedores de etiqueta los estilos más populares fueron el “contemporáneo” con 26% de las ventas, “rural americano” 25%, “siglo XVIII” 22%. “Artesanal” fue el estilo cuya elección progresaba más rápidamente.

El estilo de muebles de comedor informales escogido con mayor frecuencia fue el estilo “contemporáneo”. El estilo “rural americano” tenía participaciones de 47%, 33%, y 22% en los niveles de precios alto, medio y bajo. Las ventas de artículos de estilo “contemporáneo casual” fueron las que aumentaron más rápidamente.

Japón

El conocimiento de la moda ha ido aumentando y las preferencias por los diseños occidentales y extranjeros han ido creciendo, pero las casas japonesas siguen siendo pequeñas. En consecuencia, lo que se precisa son muebles de tamaño más pequeño, muebles de rincón, muebles con patas y unidades de almacenaje, como armarios y cómodas. Sin embargo, la simplicidad tradicional de la cocina y del comedor ha retrocedido ante utensilios de cocina y servicios de mesas más diversos, lo que ha creado una demanda para mesas y alacenas de mayor tamaño.

El concepto de muebles de posición fija se ha importado al Japón en fecha relativamente reciente, por lo que los compradores japoneses profesionales y fabricantes de muebles reconocen claramente que todavía están muy influidos por los estilos del extranjero. Buscan ideas y no sólo compras en las principales exposiciones internacionales de muebles. Ocupa un lugar destacado entre estas exposiciones la feria del mueble de Colonia, “el lugar donde la industria japonesa del mueble se informa sobre las direcciones que están adoptando los fabricantes de muebles de todo el mundo, desde lo relativo a la protección ambiental y al reciclaje hasta la estilización adaptada a las nuevas tendencias de los estilos de vida, que aspiran a la naturalidad y la funcionalidad”.

China

Los chinos han empezado a reconocer que los muebles, las puertas y ventanas, y el suelo son elementos importantes de la decoración interior. Compran muebles después de considerar ampliamente cómo se coordinan determinados artículos con otros muebles de interior.

Para los chinos, los muebles de estilo occidental (internacional) son el colmo de lo moderno y práctico. Los muebles de este estilo se están popularizando, especialmente entre los jóvenes.

El mueble chino tradicional es de dos tipos principales: uno hecho enteramente de madera maciza (casi siempre madera dura) y el otro consiste en copias de muebles de los períodos Ming (1368–1644) y Qing (1644–1911). El mueble chino tradicional – si bien es más caro – sigue siendo muy popular en el mercado interior por sus diseños graciosos y su ejecución elegante.

La última tendencia de las compras de los consumidores, especialmente entre las parejas jóvenes, es el alejamiento de los muebles pesados, voluminosos y de colores oscuros y el acercamiento a gamas más prácticas, funcionales y de colores más claros.

La disposición de los muebles está dominada por expresiones de individualismo y la utilización de una variedad mayor de artículos. Los consumidores chinos se están arriesgando más y mezclan colores, diseños, telas y estilos. En la sala de estar y el comedor no es raro ahora ver juntos telas tejidas, cuero, acero y mimbre. Las tendencias del diseño y el estilo son las siguientes:

- **Modernidad.** La selección de colores y materiales no tiene límites. El cromo, latón, la madera, la caña y el tapizado para muebles crean infinitas posibilidades para una combinación eficaz con habitaciones revestidas de madera.
- **Simplicidad.** Una característica común de la elección de los consumidores es la simplicidad, especialmente en relación con muebles para un entorno oficial de negocios.
- **Creatividad.** El diseño y el estilo deben ser creativos para atraer a los consumidores, especialmente los jóvenes. La combinación de madera y otros materiales para el mueble están ensanchando las vías creativas.
- **Orientación hacia el cliente.** Los diseñadores han comprendido la importancia de las demandas de los clientes. Los muebles se diseñan ahora teniendo en cuenta los gustos e intereses de los consumidores.
- **Muebles de fácil montaje.** Los muebles de fácil montaje (llamados también muebles de embalaje compacto) están hechos de “componentes y conectores metálicos”; los componentes se producen en fábricas y se montan en el domicilio del cliente. Los componentes de fácil montaje están normalizados y se producen en series de distintos tamaños. El embalaje compacto reduce no sólo el volumen y los costos sino también el riesgo de que el mueble sufra daños en el almacén y en el transporte.
- **Muebles de comedor y sala de estar.** Los muebles del comedor y la sala de estar reflejan la situación social del consumidor, por lo que los muebles tienden a ser de una calidad mayor que las piezas de otras habitaciones. Un juego típico de comedor comprende una mesa y seis sillas. Los mobiliarios tradicionales de cuero y tela predominan en el sector de los muebles de sala de estar.
- **Muebles de dormitorio.** Los muebles de dormitorio están captando partes mayores del mercado. La tendencia va hacia colores más claros. Los muebles de almacenaje se fabrican con carcasas de aglomerado, MDF y tablero de carpintería con superficies de acabado en madera natural. Los armarios se fabrican a menudo hasta el techo y los armarios con espejo son cada vez más corrientes. Las camas tapizadas se están popularizando al igual que las camas con cabecera.
- **Muebles de cocina.** Se prefieren también aquí maderas de colores claros. Las cocinas se han hecho más confortables, los bordes están redondeados y las encimeras tienen varias alturas.

- **Muebles de oficina en el hogar.** Los muebles de oficina en el hogar se están popularizando. Los artículos principales de este sector son escritorios, butacas y sofás, y estantes para libros.

Tendencias en Distribución

Estados Unidos

Las ventas de artículos en volúmenes pequeños que se centran en un diseño mejor para mercados nicho a menudo corren a cargo de grupos especializados, y de pequeños minoristas e importadores que pueden distribuir por todos los Estados Unidos. En este segmento el volumen no es una limitación excesiva.

El mueble para el hogar llega normalmente al consumidor a través de tres canales: redes de muebles de exposición, tiendas de especialidad y tiendas de muebles de gama completa. Los fabricantes y otras empresas subcontratan en todo el mundo y venden en el ámbito nacional.

La tienda de muebles independiente y local y la tienda de una cadena regional son hoy en día los minoristas de más éxito. Esta situación ofrece una oportunidad práctica para que los fabricantes de ultramar establezcan tiendas propias en ciudades clave, siguiendo el ejemplo de los fabricantes estadounidenses que están montando tiendas con productos específicos en todo el país.

Unión Europea

Europa tiene un sistema complejo de tipos diferentes de venta minorista. Sus principales mercados presentan diferencias propias de cada país.

En el **Reino Unido** los canales no especializados son importantes y abarcan 35 % del mercado. En este segmento los grandes almacenes y las tiendas de bricolaje desempeñan una función principal. Los minoristas independientes de muebles, que tienen también 35 % del mercado, tienden a especializarse.

Los elementos positivos de la industria del mueble y del trabajo de la madera de Europa son bien conocidos: una base adecuada de materias primas; su avance tecnológico; sus niveles de calidad y diseño; las marcas; el control sobre la distribución a consecuencia de la proximidad de sus mercados; agrupaciones de empresas y redes. Sus puntos débiles son los costos de la mano de obra y de la materia prima, lo que disminuye la rentabilidad.

En **Alemania**, el mercado del mueble se estima en €32.000 millones a precios de minorista. Sigue siendo el principal consumidor, productor y distribuidor organizado de la UE.

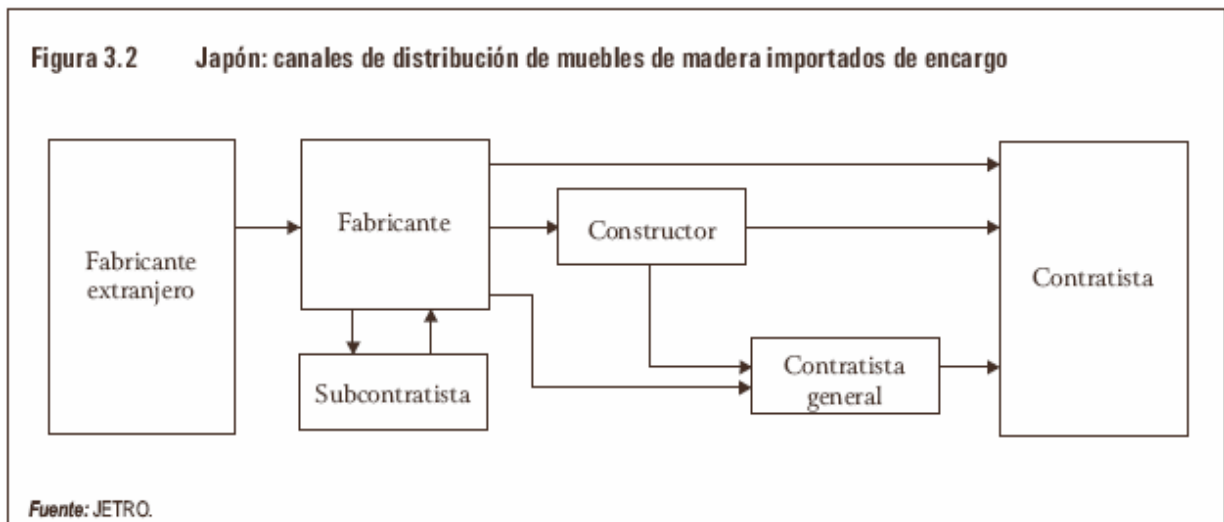
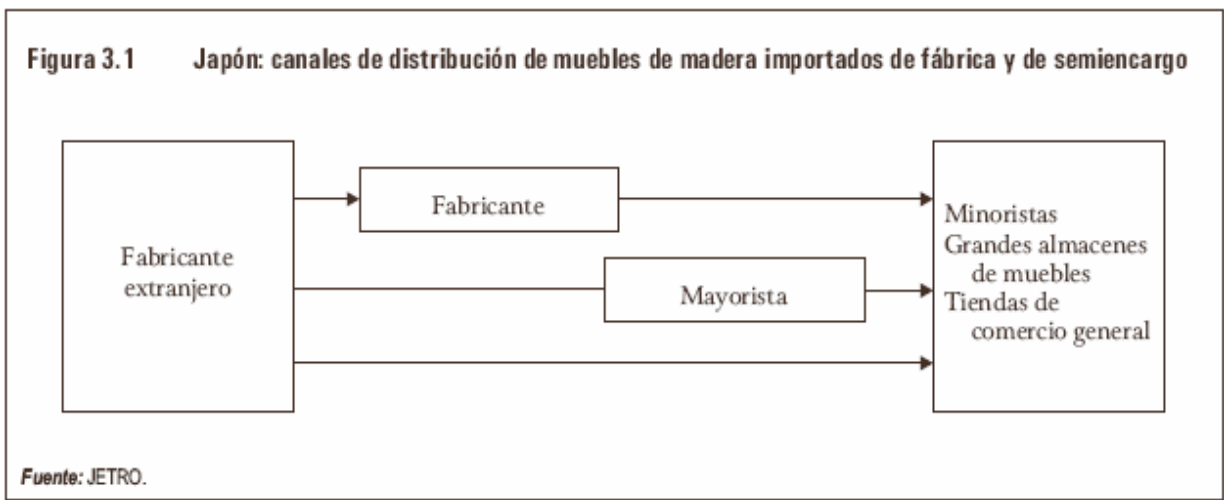
El valor del mercado minorista **italiano** se estima en €11.300 millones. Las ventas de muebles están controladas por operadores comerciales especializados que tienen el 85 % de las ventas. El mercado es especializado pero está fragmentado y no está muy bien organizado.

Japón

En una amplia gama de productos de consumo, el carácter muy fragmentado, localizado y personalizado de las ventas al por menor ha limitado las importaciones. Se ha reconocido desde hace tiempo que uno de los obstáculos más importantes para la

penetración en el mercado japonés es la red de cadenas de suministro, muy compleja y estrechamente controlada, que está al servicio de estas importaciones y a la que falta casi totalmente espacio para mantener existencias en el punto final de venta.

En el caso de los muebles de madera se establece una distinción especial entre productos “de fábrica y de semicargo” por una parte y productos “de encargo” por otra. El término “de fábrica” se explica por sí solo, pero “semicargo” se refiere sólo a la posibilidad de seleccionar de entre un menú de opciones estándar en oferta elementos como el tapizado o las dimensiones de las encimeras de las mesas. En cambio “muebles de encargo” se refiere a artículos hechos realmente de encargo, pero que generalmente se compran en grandes cantidades para clientes comerciales.



China

La industria china del mueble está relativamente localizada. Esto es debido a que resulta difícil transportar grandes volúmenes de mercancías a través de China y a que los canales de distribución todavía están poco desarrollados y son caros. Una estrategia corriente para la distribución es dirigirla a los centros urbanos regionales. La mayoría de las ventas de muebles se realizan en “pueblos” del mueble, tiendas especializadas y centros comerciales.

Las empresas extranjeras del mueble que trabajan en China suelen dividir el país por lo menos en tres regiones principales, cada una centrada en una ciudad importante. Una cierta cantidad de productos del mueble se vende en el mercado de futuros a compradores comerciales o institucionales.

La mayoría de los representantes y agentes chinos de fabricantes extranjeros de muebles trabajan en consignación y cobran comisiones de los fabricantes. Hay algunas excepciones, pero la mayoría de fabricantes extranjeros ofrecen derechos exclusivos de distribución sólo para determinadas regiones de China y a menudo asignan agentes diferentes a las diferentes regiones.

6. ACCESO A MERCADOS

Barreras arancelarias

En el siguiente cuadro se detallan los aranceles ad-valorem promedios que los principales países importadores del sector de muebles, imponen al Ecuador para su ingreso a esos mercados.

ARANCEL PROMEDIO EN LOS PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES							
PARTIDA PAIS	030229	030269	030329	030341	030344	030374	030379
Japón	3.50%	5.00%	3.50%	3.50%	3.50%	7.00%	4.81%
USA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
España	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Francia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Alemania	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Reino Unido	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Italia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Dinamarca	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Rusia	7.50%	7.50%	7.50%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Bélgica	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Hong Kong	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Canadá	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Noruega	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: MAC MAP

Elaboración: CORPEI - CICO

Barreras no arancelarias

Requisitos de certificación y etiquetado

Las consideraciones que afectan las decisiones individuales de compra – institucionales, industriales o privadas – se basan en percepciones sobre los valores de la parte proveedora. La certificación y el etiquetado pueden (o no pueden) suministrar información sobre estos valores.

Las empresas comerciales e industriales que se ocupan de proyectos de edificación y construcción, hoteles, oficinas y tiendas es más probable que hagan mayor hincapié en la seguridad, calidad, funcionalidad y diseño del mueble que en los aspectos ambientales y sociales de la fabricación de muebles o de la cadena de suministro de su materia prima, la madera. Esto es comprensible porque estas empresas conocen mejor los

aspectos comerciales del día a día relativos, por ejemplo, a los pleitos por responsabilidad jurídica y a la obtención de nuevos contratos.

En cambio los minoristas del mercado consumidor (que tratan principalmente en muebles para el hogar, muebles de fácil montaje, muebles pequeños o de uso ocasional, muebles de jardín) se han hecho más sensibles a valores “más blandos”. Algunas cadenas de muebles responden a las preocupaciones de sus clientes desarrollando sistemas de gestión medioambiental, y vigilan, de algún modo, el origen de sus productos y materias primas o pueden dar preferencia a muebles hechos con madera certificada.

Es probable que se exija a los exportadores de muebles de países tropicales que presenten pruebas de que la materia prima de sus muebles, la madera, no procede de fuentes ilegales ni contribuye a la deforestación o la degradación del bosque.

La manera más segura de responder a estas exigencias es obtener un certificado de cadena de custodia de un programa existente de certificación, como el del Consejo de Manejo Forestal (FSC).

Otras formas de certificación de la gestión forestal pueden también servir, pero los compradores pueden poner en tela de juicio su credibilidad. La presión ha sido más fuerte en los muebles de jardín y los productos vendidos a través de cadenas de bricolaje. Grandes compradores, como la empresa mundial IKEA, plantean sus propios requisitos a los suministradores de muebles de madera.

Los exportadores nuevos de muebles de países tropicales deberían discutir con sus posibles compradores (grupos de compra, mayoristas, importadores, negociantes) cuáles son sus requisitos en los países de los exportadores y cómo atender mejor estos requisitos habida cuenta de las condiciones específicas de los países exportadores.

Los productores no pueden esperar a que cualquier etiqueta o certificado abra automáticamente todas las puertas. Es importante comprender que la falta de una determinada etiqueta o certificado no cerrará tampoco estas puertas. La certificación puede dar una ventaja en la comercialización o en la entrada en un determinado mercado, pero la decisión de obtener un certificado debería basarse en los valores de la organización o en requisitos de clientes conocidos.

Las empresas más despiertas y responsables pueden conseguir los mayores beneficios, pero esto no significa que las indiferentes – o simplemente irresponsables – se vean obligadas a dejar el negocio a corto plazo. A pesar de todos los esfuerzos sobre normalización, certificación, verificación y garantía de calidad, resultados ambientales, responsabilidad social y otros aspectos del comportamiento empresarial, siempre habrá algunos mercados en los que todo se acepta si el producto tiene un precio competitivo y tiene una calidad aceptable.

Estados Unidos

En los Estados Unidos hay por lo menos 14 normas diferentes para muebles (véase la lista *infra*) que se aplican a una amplia gama de aspectos. Las publica principalmente la Sociedad Americana para Pruebas y Materiales (ASTM).

El American National Standards Institute – ANSI (Instituto Nacional de Normalización de los Estados Unidos) y la Asociación de Fabricantes de Muebles para Negocios e Institucionales (BIFMA) han promulgado también una norma para muebles de pequeña oficina/oficina en el hogar (SOHO).

Hay dos propuestas para revisar las normas sobre muebles tapizados, una de la Comisión sobre Seguridad de los Productos para los Consumidores (CPSC), de carácter federal, y otra de la Oficina de California sobre Accesorios del Hogar. Esta última es la más estricta. Ambas intentan reducir el número de incendios causados por encendedores, velas y fósforos mediante la utilización de telas o de barreras que tengan una resistencia contra una llama abierta de 20 segundos.

Si se aprueban, las propuestas puedan entrar en vigor en unos años y se aplicarán a todos los productos, incluidos los importados. Probablemente causarán costos de producción superiores y precios más altos. Los ensayos actuales sobre resistencia al fuego de telas para tapizado y sus rellenos se consideran inadecuados habida cuenta que están llegando al mercado nuevos materiales y productos.

<i>Número de referencia</i>	<i>Título del documento*</i>
<i>ASTM D3453-01</i>	<i>Especificación de normas para materiales celulares flexibles – uretano para muebles y cojines de la automoción, camas y aplicaciones semejantes</i>
<i>ASTM D5253-96</i>	<i>Terminología normalizada para escribir instrucciones sobre cuidados y procedimientos generales de reacondicionamiento para recubrimientos textiles de suelos y muebles tapizados con productos textiles</i>
<i>ASTM E1352-02</i>	<i>Método de ensayo normalizado de la resistencia a la ignición de cigarrillos de imitaciones de juegos de muebles tapizados</i>
<i>ASTM E1353-99</i>	<i>Método de ensayo normalizado de la resistencia a la ignición de cigarrillos de juegos de muebles tapizados</i>
<i>ASTM E1375-90(2002)</i>	<i>Método de ensayo normalizado para medir la atenuación interzona de tableros de muebles utilizados como barrenos acústicas</i>
<i>ASTM E1474-02</i>	<i>Método de ensayo normalizado para determinar el índice de emisión térmica de componentes o compuestos para muebles tapizados y colchones utilizando como referencia un calorímetro de consumo de oxígeno.</i>
<i>ASTM E1537-02</i>	<i>Método de ensayo normalizado para el ensayo con fuego de muebles tapizados a escala real</i>
<i>ASTM F1178-01</i>	<i>Especificación normalizada de sistemas de esmaltado, cocido, trabajos de unión metálica y muebles</i>
<i>ASTM F1550-01</i>	<i>Método de ensayo normalizado para determinar las características de respuesta al fuego de componentes o compuestos de colchones o muebles a utilizar en servicios correccionales después de la exposición al vandalismo, utilizando un calorímetro de consumo de oxígeno como escala de referencia</i>
<i>ASTM F420-99(2003)</i>	<i>Método normalizado de ensayo para la profundidad de acceso debajo de los muebles de los aspiradores</i>
<i>ASTM F782-01</i>	<i>Especificación normalizada para puertas, muebles, elementos marinos</i>
<i>ASTM F825-93(1999)</i>	<i>Especificación para cajones, muebles, elementos marinos, acero</i>

Fuente: Centro Comercio Internacional (CCI)

La División de Tecnología de la Información de la Asociación Americana de Fabricantes de Muebles (AFMA) ha preparado sistemas aprobados de numeración con códigos de barras, adaptando las normas internacionales del Consejo del Código Uniforme (UCC) para su utilización en muebles.

Certificación

La industria está respondiendo a las cuestiones medioambientales, dirección que aceptan muchas de las asociaciones pertinentes que buscan la aceptación de los consumidores para sus asociados. Se están considerando o aplicando varias normas y reglamentaciones, muchas de ellas estrechamente vinculadas con las de la Unión Europea.

Los requisitos se publican y se pide la certificación del cumplimiento. Cada fabricante debe aceptar estos requisitos y tenerlos en cuenta al planificar los materiales de origen y su consiguiente conversión. El campo de juego queda de este modo abierto e imparcial en lo que al aspecto ambiental se refiere.

De este modo el desafío competitivo para la industria son los precios, la entrega, la calidad y la respuesta a las necesidades de diseño. En 2002, las más importantes cadenas de bricolaje, centros del hogar y grupos de muebles, así como las organizaciones de compra regionales y del estado estaban preparados para explotar estos aspectos del mercado.

Parece que la industria en su conjunto estaba bastante más avanzada que las demandas de los consumidores y bien preparada para aprovechar bien su conciencia ambiental en los procesos de fabricación. Según otros estudios recientes, los fabricantes de muebles de los Estados Unidos requieren cada vez más materiales de madera certificada, aunque hasta ahora han estado menos afectados por el debate sobre la sostenibilidad entre sus consumidores.

Las presiones parece que provienen de los intermediarios comerciales, como minoristas, compradores institucionales y grupos de presión. A medida que hay más bosques certificados, la oferta de madera certificada está aumentando a lo largo de la cadena de producción. Las presiones en favor de la certificación desde las industrias de más abajo de la cadena productiva – como los fabricantes de muebles – se harán más evidentes también desde una perspectiva de la oferta.

Japón

Según la Organización de Comercio Exterior del Japón (JETRO) algunos productos del mueble están sujetos a la Ley sobre Etiquetado de Calidad de Bienes Domésticos y a la Ley sobre la Seguridad de los Productos para el Consumidor.

Los muebles que utilizan cuero de algunas especies animales naturales silvestres pueden estar sujetos a la Ley para la Conservación de Especies en Peligro de la Fauna y la Flora Silvestres.

Tres categorías de muebles de madera deben llevar etiquetas que especifiquen sus dimensiones y los materiales utilizados en cada uno de los componentes principales. Los grupos de productos afectados son escritorios y mesas, sillas y otros asientos, y cómodas y tocadores. A continuación se indica el tipo de información que debe figurar en la etiqueta para cada categoría de muebles:

Cuadro 6.3 Japón: requisitos sobre el etiquetado de muebles de madera			
Información en la etiqueta	Escritorios y mesas	Sillas y otros asientos	Cómodas y tocadores
Dimensiones	✓	✓	✓
Material de la superficie			✓
Elaboración de la superficie	✓	✓	✓
Miembros estructurales		✓	
Tapizado		✓	
Cojines		✓	
Etiquetador	✓	✓	✓

El etiquetado debe seguir las siguientes directrices:

- Dimensiones: Los tres tipos de muebles deben llevar información sobre las dimensiones exteriores (ancho x fondo x alto en mm).
- Materiales de la superficie. Los materiales de la superficie deben especificarse para las encimeras de escritorios y mesas y para las puertas de cómodas y tocadores.
- Elaboración de la superficie: Se refiere al tipo de resina, barniz, pintura, etc., utilizado para la capa final de acabado, por ejemplo “resina poliéster” o “resina de uretano”.
- Miembros estructurales: Debe indicarse el tipo de material utilizado para los miembros estructurales. Las normas para las partes de madera son las mismas que las de los materiales de superficie.
- Tapizado: Hay que indicar el material de la superficie de sillas y otros asientos tapizados. En el caso del cuero, hay que indicar entre paréntesis el tipo de cuero después de la palabra “cuero”.
- Cojines: Hay que indicar el material de cada parte principal de los cojines, por ejemplo “muelles de acero” y “espuma de uretano”.
- Instrucciones de manejo: En principio, según las nuevas directrices, la etiqueta debería incluir también todo requisito o restricción especial de uso, por ejemplo “No lo acerque a calentadores de ambiente”, pero éstos pueden relegarse también a un manual de instrucciones separado.
- Etiquetador: Se refiere al nombre y dirección de la empresa que pega la etiqueta y que indica su contenido.

Una reciente desreglamentación permite que la etiqueta y sus letras tengan cualquier tamaño. Ahora también es permisible incluir características especiales del producto, como la utilización de tableros de contrachapado o de aglomerado con emisiones bajas de formaldehído.

China

En China se estableció un sistema de normas para muebles y el programa de aplicación en 1981. En 2000, se habían publicado las siguientes normas autorizadas:

- Norma básica técnica general
- Normas de calidad para los muebles
- Normas sobre métodos de ensayo de muebles
- Normas para ensayar los recubrimientos de muebles
- Normas para partes de muebles y sus métodos de ensayo
- Normas de evaluación ecológica

Las fábricas de muebles pueden utilizar estas normas como base para designar normas en el plano de la empresa para la gestión de la producción y el control de calidad.

La aplicación de las normas ISO 9001 e ISO 9002 han contribuido con eficacia a controlar factores esenciales de la calidad en la producción de muebles, como el secado de la madera, su trabajo y elaboración, el encolado y el recubrimiento. Hay más de 500 fábricas de muebles con estos certificados.

Gestión medioambiental

Las normas de gestión medioambiental de ISO 14000 se utilizan ampliamente en muchas zonas industriales. La Administración Estatal de Protección Ambiental se ocupa de certificar las normas de protección ambiental. Sin embargo, la certificación ISO 14000 no está disponible para la industria del mueble. En el momento actual, no hay requisitos obligatorios sobre reciclado de muebles en el país.

La certificación y etiquetado de los productos de madera sigue siendo un concepto nuevo para la mayoría de empresas chinas. Habida cuenta de la gran demanda del comercio internacional, hay cada vez más fábricas de elaboración de la madera, especialmente las fábricas orientadas a la exportación que empiezan a obtener la certificación de cadena de custodia (CdC).

Alemania

El sistema alemán de normalización técnica de muebles contenido en la colección de normas DIN es amplio y a menudo sirve de medio de comparación internacional cuando faltan normas nacionales.

El sector alemán de los muebles de cocina, en particular, ha sido un pionero en la adopción de normas de calidad. Muchas de las innovaciones funcionales y mejoramientos ergonómicos recientes han salido de los constructores alemanes.

“Made in Germany” es una excelente etiqueta para las marcas de cocina de alta tecnología. Los procesos de fabricación alemanes tienden a ser complejos y los accesorios exigentes, por lo que la normalización es una prueba de que la calidad del producto es coherente.

No hay requisitos legalmente obligatorios en relación con el etiquetado de muebles en las ventas al por menor. El principio básico es suponer que los clientes esperan recibir información sobre el productor, origen y calidad del producto, así como sobre los productos químicos utilizados.

Hay que dar información también sobre el servicio. En varios países de la UE, la rama industrial publica sistemas normalizados de etiquetado para armonizar la información de las etiquetas a los consumidores. El nuevo código de etiquetado de la Asociación Comercial del Mueble de Alemania (DGM) estipula que debe facilitarse al consumidor la siguiente información:

- Descripción/nombre del producto
- Modelo/tipo
- Construcción/material utilizado
- Disponibilidad de modelos distintos
- Tipo de tapizado
- Consejos sobre el cuidado y la limpieza
- Tratamientos/ensayos realizados
- Garantías

En cuanto a la conciencia ambiental, Alemania sigue ocupando un lugar destacado entre los países europeos. Esto se refiere principalmente a la certificación de cadena de custodia sobre productos primarios de madera elaborada, productos de bricolaje y muebles de jardín. El plan de etiquetado ecológico Ángel Azul tiene criterios para muebles de oficina.

Francia

Los fabricantes franceses de muebles tienen sus propios requisitos de calidad que aplican rigurosamente. Además, garantizan la conformidad con las Normas Europeas (EN), que ahora ya han sustituido casi completamente las normas nacionales (NF Ameublement).

Hay numerosas normas para los muebles. Puede facilitar orientación el Centro Técnico de la Madera y el Mueble (CTBA) en www.ctba.fr. Muchas normas se refieren a la seguridad de los muebles y de las materias primas (por ejemplo NF-EN 1727 sobre el nivel de rotura de piezas de madera).

Estas normas pueden aplicarse a encimeras, puertas, camas (incluidas las camas de niños: NF-EN 716); los acabados deben cumplir los requisitos de NF-EN 71-3. Las reglamentaciones prevén normas para “uso normal” y para los “usos no normales” que puedan preverse “razonablemente”. Hay también reglamentaciones de calidad que establecen normas para el uso de muebles a largo plazo. En tal caso las normas prevén ensayos basados en ciclos de utilización largos y repetidos.

Los organismos de certificación recomiendan generalmente obtener primero la certificación ISO 14001 y luego pasar al Sistema de gestión y auditoría medioambientales (EMAS) de la UE. Este último es un instrumento de gestión que permite a las empresas y otras organizaciones evaluar, informar y mejorar sus resultados ambientales.

Hay poca demanda para muebles certificados ecológicamente en Francia. La demanda procede principalmente de las grandes cadenas de bricolaje, como Castorama y Leroy Merlin. Estas empresas prefieren la certificación FSC, pero también están evaluando la certificación PEFC.

Reino Unido

Las normas del Reino Unido son directamente comparables y equivalentes a las Normas EU. EN-BS es el código que se aplica a estas normas cuando se ensayan en el Reino Unido, si bien los ensayos pueden llevarse a cabo en la mayoría de países europeos y en determinados centros registrados de ensayo en todo el mundo.

La Asociación de Investigación sobre la Industria del Mueble (FIRA, Furniture Industry Research Association) (www.fira.co.uk) facilita pormenores completos sobre los requisitos; también lo hace SATRA (www.satra.co.uk; e-mail: admin@satra.co.uk) y su Centro de Tecnología del Mueble.

Comprobar los criterios de calidad con estas organizaciones y normas es siempre esencial al entrar en el mercado británico, a no ser que el producto importado haya cumplido ya las Normas EU o tenga el correspondiente certificado de conformidad. En especial en el caso de los asientos, es obligatoria la conformidad con la reglamentación sobre inflamabilidad de telas y materiales de superficie y sus rellenos y espumas para todos los tapizados de fabricación británica e importada.

La falta de cumplimiento es un delito penal. El vidrio en los muebles es un peligro especial y es obligatorio utilizar vidrio de seguridad. FIRA o SATRA facilitan pormenores sobre los requisitos necesarios en el contexto de las Reglamentaciones Generales sobre Seguridad de los Productos.

El artículo 3 de la Directiva 92/59/CEE del Consejo declara que “los productores tendrán la obligación de comercializar únicamente productos seguros”. Es un delito suministrar o distribuir bienes de consumo que no son seguros.

La Directiva pasa a definir un producto seguro y declara que los ensayos sobre normas son un criterio importante sobre el cumplimiento, incluidas las normas que no son directamente aplicables pero que pueden ser pertinentes en relación con el producto. Están disponibles normas sobre estabilidad, función, adecuación al fin e inflamabilidad de los muebles para el hogar y deberían aplicarse a los artículos para niño.

Links para mayor información

Generales

- Alimentación, Agricultura y Madera- FAO- <http://www.fao.org>
- Muebles- World Furniture Online: <http://www.worldfurnitureonline.com>
- Madera y muebles- International Wood Products Associations <http://www.iwpawood.org>
- Food and Agricultural Import Regulation and Standar, FAIRS, perfiles de países: http://www.fas.usda.gov/itp/ofsts/fairs_by_country.asp

Estados Unidos

- Animal and Plant Health Inspection Service, APHIS (Requisitos de Importación): http://www.aphis.usda.gov/plant_health/permits/downloads/annex.pdf
- Permisos: http://www.aphis.usda.gov/permits/ppq_epermits.shtml

Unión Europea

- Convention on International Trade in Endangered Species, CITES, restricciones aplicables a algunos productos de madera: <http://www.cites.org>

- Estándares <http://www.iso14000-iso14001-environmental-management.com>
- Forest Stewardship Council: http://www.fsc.org/en/about/documents/Docs_cent/
- Commission's Action Plan for Forest Law Enforcement, Governance and Trade, FLEGT
http://europa.eu.int/comm/development/body/theme/forest/initiative/index_en.htm

Japón

- Japan External Trade Organization, JETRO: <http://www.jetro.go.jp/>

7. OPORTUNIDADES COMERCIALES

El pronóstico para el desempeño del mercado de muebles es favorable, con una tasa de crecimiento promedio de 4.5% en el período 2006 – 2011. Se espera que el mercado se avalue en 296 mil millones de dólares al cerrar el 2011.

Estados Unidos

En cuanto a volumen, el mercado más importante para los muebles de madera para el hogar son los Estados Unidos, que se ha hecho más accesible a los productos importados. Las oportunidades se califican a menudo de “infinitas”, pero si un suministrador no tiene la infraestructura adecuada de diseño, fabricación y acabado, un acceso fácil al transporte de contenedores y un transporte de enlace rápido, sus posibilidades de conseguir una presencia fuerte en el mercado serán escasas.

Los países que se habían hecho famosos por sus exportaciones (las economías asiáticas de reciente industrialización) están sufriendo ahora una contracción de su cuota de mercado. En cambio, China está subiendo como exportadora y está atrayendo una gran actividad de inversión por empresas estadounidenses.

La creciente subcontratación de productos y componentes semiacabados por la industria del mueble de los Estados Unidos ha sido un elemento esencial que ha impulsado este comercio emergente.

Las importaciones de los Estados Unidos han estado creciendo con mayor rapidez en el sector de los muebles de madera de dormitorio. Las importaciones de “otros” muebles (sala de estar y comedor, muebles pequeños o de uso ocasional, muebles para tiendas), partes y componentes, y muebles de cocina (armarios) también han registrado ganancias importantes.

Está aumentando la demanda de muebles de uso ocasional (mesillas, tabiques y piezas decorativas, etc.) que ofrecen un aspecto nuevo y especial. El mercado está dominado por las importaciones, porque este tipo de muebles puede enviarse fácilmente en grandes cantidades y puede ponerse rápidamente a disposición del cliente en diseños nuevos.

La aplicación más amplia de la tecnología de información y del trabajo en el hogar y a distancia exige unidades mayores para guardar los aparatos de entretenimiento y muebles de oficina domésticos “disimulados”, así como mesas de trabajo y estanterías.

Europa

En Europa se encuentran las mejores oportunidades de productos en los siguientes tipos de mobiliario: muebles de diseño étnico para dormitorios y salas de estar y pequeños artículos decorativos; varios productos de fácil montaje; muebles de oficina en el hogar;

piezas pequeñas o de uso ocasional; y muebles especializados para niños y personas mayores.

Los muebles multifuncionales, que ahorran espacio, y los muebles de embalaje compacto es probable que consigan una tasa de crecimiento superior a la media en toda la gama de mobiliario.

El sector de los muebles de oficina en el hogar está creciendo, impulsado por los estilos cambiantes de trabajo y por la creciente presencia de computadoras en los hogares. La madera está ganado terreno porque las computadoras personales se están adaptando para encajar con otros muebles para el hogar. Por ejemplo, en el Reino Unido el sector de la sala de estar está funcionando bien porque la nueva tecnología de esparcimiento en el hogar requiere soluciones de almacenaje con madera bien diseñadas y de calidad como sustitución de las estanterías metálicas o de plástico de bajo costo.

La actividad de subcontratación de muebles ha empezado a centrarse en Europa Oriental como alternativa a las redes locales. Este ha sido un motivo de la penetración inferior de las importaciones procedentes de Asia y de América Latina en comparación con la registrada en los Estados Unidos.

Japón

La continua diversificación de la demanda y de las importaciones ha situado a parte del mercado del mueble del Japón bastante lejos de las capacidades de la industria local. Es probable que aumente la penetración de las importaciones, y que los consumidores sean cada vez más conscientes de la calidad, en lugar de limitarse a utilizar el precio como criterio principal. Muchos consumidores japoneses están dispuestos actualmente a aceptar precios justificados por la calidad.

La demanda se ha diversificado y los consumidores buscan productos adecuados a estilos de vida individuales, además de preferencias sobre color y diseño.

Los hogares japoneses siguen siendo pequeños, y exigen muebles pequeños, muebles de rincón, muebles con patas y almacenaje colgante, como armarios y cómodas. Por otra parte, la simplicidad tradicional observada en la zona de cocina y comedor de los hogares japoneses ha dejado paso a una mayor variedad de utensilios de cocina y servicios de mesa. Esto está creando demanda para mesas y alacenas de mayor volumen.