

¿Qué Tan Difícil es que sus Muebles Lleguen a EEUU?

Yuri Andrés Narváez Morales
Periodista M&M

Entrar al mercado de muebles norteamericano es una posibilidad que está abierta a todos. La clave de no fracasar en el intento radica en tener un conocimiento total, no sólo de los requisitos de entrada, sino también de aquellas variables de mercado que pueden incidir en la aceptación del producto.

Cuando una empresa dedicada a la producción de muebles tiene posibilidades reales de exportar hacia Estados Unidos debe, además de cumplir con los requisitos necesarios; conocer y adaptar el producto a un mercado diferente, evaluando y mitigando cada uno de los factores de riesgo que puedan afectar los intereses comerciales existentes.

En la opinión de Oscar Hermida, gerente del almacén de muebles Galería Hermida, el principal problema de los productores de muebles radica en que la exportación hacia ese país se realiza sin el debido conocimiento e investigación del mercado específico.

Perder en el intento significa perder la entrada a un país que es reconocido como uno de los principales importadores de muebles de madera en el mundo; de hecho registra la mayor demanda de sillas, escritorios, comedores y muebles de casa, pues su producción interna está centrada en la elaboración de muebles *Ready to Assamble* (RTA), que carecen de materiales madereros de alta calidad. Esa carencia la suplen con muebles elaborados en otros países.

Producto	Cifras de Importación
Muebles para dormitorio	US\$ 1.187 millones
Sillas de madera sin tapiz	US\$ 583.2 millones
Muebles para cocina	US\$ 528.8 millones
Asientos sin tapiz	US\$ 112.3 millones

Fuente: *Business and Institutional Furniture Manufacturers Association*

Sin embargo, el interesado debe considerar que, para ingresar a este mercado, debe competir con precios de todos los rangos; por un lado muebles asiáticos de bajo precio y por otro, muebles de alta calidad, americanos e italianos. De igual manera debe alcanzar niveles internacionales de competitividad en un proceso que demanda tiempo y creatividad; por eso se recomienda que los empresarios inviertan en tecnología y capacitación.

Foto: Guía Formóble





Ubicarse en una posición exitosa dentro del mercado de muebles de Estados Unidos requiere, además de la investigación de mercado, tres elementos fundamentales: Firme presencia en mercados de exportación, mercados nacionales bien desarrollados y un fuerte sector de transformación primaria.

De acuerdo a la opinión de especialistas del sector, ubicarse en una posición expectante y exitosa como la de Malasia, Indonesia o Brasil, países que actualmente llevan la batuta en exportación hacia Estados Unidos; requiere de tres elementos fundamentales: una firme presencia en los mercados de exportación, mercados nacionales bien desarrollados y un fuerte y sólido sector de transformación primaria. Colombia en estos aspectos, según Oscar Hermida, aún tiene camino por recorrer, *son pocas las industrias de muebles que tienen visión globalizada de sus productos*".

Así pues para penetrar el mercado norteamericano, y según lo señalan algunos asesores e investigaciones del sector, es necesario enfrentar tres barreras:

- *Calidad del producto (Calidad Colombiana):* La calidad de la madera colombiana es similar a la ofrecida por otras regiones del mundo que, como África, gozan de



Sin duda alguna las exposiciones y ferias de muebles, organizadas a nivel mundial, son de las mejores vitrinas comerciales para enseñar el talento en el diseño y calidad de muebles colombianos atrayendo potenciales compradores. Una muestra fue Diseñarte, en la Feria Industrial M&M, marzo de 2004.

amplia valoración. Esto pone al país en una buena posición, sin embargo es necesario mejorar aspectos como el acabado y el diseño de los muebles pues las piezas imperfectas son fácilmente rechazadas. El consumidor norteamericano no suele preferir lo más barato.

- *Continuidad en los embarques:* A pesar de que en la actualidad las exportaciones de Colombia en materia de muebles no son frecuentes, ni alcanzan cantidades considerables, existen posibilidades de organización entre el gremio que permita promocionar productos de este tipo en otros países. La industria maderera día a día se tecnifica y moderniza abriendo un mayor número de mercados.
- *Cumplimiento del tiempo de tránsito:* Muchos de los factores que inciden en la llegada puntual de una mercancía dependen directamente del fabricante, por eso es indispensable planear muy bien la *distribución física internacional* que comprende tener el producto listo en origen y despacharlo a través de los canales más óptimos

-considerando reducción de costos y evitando excesivas manipulaciones- a fin que llegue a su destino sin ningún inconveniente. Entre más organizado y eficaz sea el proceso se demostrará mayor seriedad y confianza, no sólo frente a las autoridades aduaneras, sino dentro del mercado.

Según datos de la Cámara de Comercio Colombo Americana, el índice de exportaciones de muebles a EEUU en



grandes cantidades es bajo; fenómeno atribuido -según la institución- a la falta de una organización eficiente y sostenible entre los industriales que les permita promocionar de manera adecuada sus productos en grandes almacenes de ese país.

La Visa de Muebles

Si los impuestos son materia de preocupación, es importante anotar que existe un arancel de cero para 6.300 productos –entre los que se incluyen los muebles– contemplados por el gobierno nacional en los convenios ya firmados y en aquellos que aun están por definirse, tal como ocurre con el TLC, con Estados Unidos, que reemplazará el ATPADEA que vence en diciembre del 2006.

Por otro lado, los industriales de muebles deben conocer, atender y cumplir, además de la legislación aduane-

Que los muebles colombianos lleguen a Estados Unidos es posible y en este sentido, aspectos claves son el diseño y la elección de una buena madera e insumos. Recuerde que para la cultura norteamericana pagar por calidad e innovación, no significa pagar más.



Foto: Revista El Mueble de España

ra norteamericana, la colombiana y enviar o entregar en este caso, los documentos necesarios para la nacionalización de la mercancía. Estos son:

1. **Conocimiento de embarque:** Se conoce como BL o *Bill of Lading* para el transporte marítimo o guía aérea. Es un documento emitido por el transportador que describe las condiciones bajo las cuales se acepta la mercancía y detalla la naturaleza y cantidad de producto a transportar. Además incluye la identificación del vehículo de transporte, el destino.
2. **Lista de empaque:** Señala la cantidad y tipo de artículos transportados, método de embarque y datos de contacto del comprador y del proveedor. Este documento también es elaborado por el transportador.
3. **Certificación ambiental:** En el caso nacional, se tramita directamente en la institución encargada de vigilancia ambiental de cada departamento. Certifica el uso adecuado de los recursos naturales en la elaboración del producto, así como la no utilización de especies en vías de extinción. El trámite de este documento demora 15 días aproximadamente y debe ser diligenciado

Los 14 pasos para Exportar

1. Estudio de mercado y localización de la demanda.
2. Registro ante Cámara de Comercio y obtención de Nit.
3. Registro en el RUT como exportador.
4. El exportador remite la factura y el importador abre la carta de crédito, si se requiere.
5. El Exportador recibe la confirmación de apertura del Banco Comercial Colombiano, si se trabaja con carta de crédito.
6. Contratación del transporte para el despacho del producto.
7. Tramitación del Certificado de Origen cuando es necesario.
8. El exportador diligencia la declaración de exportación para presentarla luego ante la administración de aduana.
9. Solicitud de Vistos buenos, en este caso el certificado expedido por la Corporación Autónoma Regional para control de las exportaciones.
10. El exportador presenta el DEX (Declaración de Exportación) a la Sociedad de Intermediación Aduanera y adjunta documento de transporte, Nit. o documento de identidad y factura comercial.
11. La DIAN efectúa la revisión documental y física de la mercancía para autorizar el despacho de la misma.
12. La DIAN envía una copia del DEX al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el objeto de registrar la exportación definitiva para estadísticas comerciales.
13. El exportador recibe el pago de la mercancía a través de su intermediario financiero.
14. El exportador diligencia la declaración de cambio como requisito del régimen cambiario para nuestro país, para la entrada de divisas y la venta de las mismas al banco intermediario.

por la empresa fabricante de muebles y firmado por el representante legal de la misma.

4. *Etiquetas de descripción de contenido:* Ellas describen información específica del producto: tipo de madera, tipo de relleno si lo tiene y componentes al menos del cinco por ciento de su manufactura. Esta información aparece en una marquilla visible, un sello claro o una etiqueta en el exterior del producto que debe permanecer en el mismo de manera visible y evidente.

De suma importancia este punto, si se tiene en cuenta que en Estados Unidos ningún comerciante está autorizado a vender un producto, sin importar su naturaleza, sin que éste describa los materiales con los cuales está elaborado.

5. *Certificado de Origen:* Sin este documento es imposible aprovechar los beneficios arancelarios otorgados por ATPA o SGP ⁽¹⁾. En él se nombra la partida arancelaria, el tipo de producto a exportar, la norma o criterio del tratado firmado por Colombia que relaciona producto, el peso bruto de la mercan-

cía y su valor FOB. La expedición de este certificado demora entre 15 y 30 días y se radica en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, dirigiéndola al Grupo de Origen, departamento encargado de expedir las normas o criterios de origen para la exportación.

6. *Registro en el RUT:* Aunque anteriormente era obligatorio para el comerciante registrarse ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo como exportador, hoy el interesado solo debe indicar su condición el Registro Único Tributario.
7. *Factura Comercial:* Indispensable como documento básico legal de una transacción comercial entre el importador y el exportador.



Los muebles de casa, en especial los de alcoba y sala registran índices altos de comercio y demanda entre el público norteamericano. Colombia ha trabajado con éxito este segmento, logrando índices favorables y cierto reconocimiento.

Fotos: Muebles de España



El Envío de un Mueble

Al momento de exportar muebles hacia Estados Unidos, el fabricante tiene la posibilidad de escoger entre dos opciones de envío: Hacerlo por sus propios medios o contratar una empresa de Transporte Internacional o un Agente de Carga Internacional.

En el primer caso, el fabricante debe realizar directamente todos los trámites anteriormente descritos y debe

preparar la logística adecuada en el lugar de destino de su mercancía, esto incluye, además de todo el trámite frente a las autoridades aduaneras norteamericanas, el transporte terrestre, aéreo o marítimo, bodega-je, manipulación, nacionalización, entrega oportuna al importador.

La segunda opción libera la responsabilidad del envío en una empresa que se encargue de todo el trámite dispuesto para la salida y llegada final del producto. Por cuestiones de rentabilidad al reducir costos y tiempo, con la agilización del proceso de tramitación, esta es la opción más adecuada.

Sin embargo y por lo general, el problema más común al momento de exportar muebles, más que los trámites mismos, resulta ser el tipo de empaque de los productos pues su manejo al subirlos y bajarlos del contenedor puede ocasionarles daños, de ahí la importancia de utilizar un buen empaque. Deben ser resistentes para que soporten y protejan la mercancía durante la inspección física aduanera en Estados Unidos, además debe facilitar el proceso de revisión y reempaque.

Como forma de asegurar la mercancía durante el proceso logístico, algunas empresas de envío -que sirven de intermediarias frente a aseguradoras- cobran a sus clientes un seguro sobre el valor declarado de la mercancía, para el transporte aéreo del 2.7 por ciento y para el transporte marítimo el 3.5 por ciento.

Antes de Exportar, Conozca el Mercado de EEUU

A pesar de que los índices de exportación de muebles a Estados Unidos parezcan sostenibles, no hay que confiarse, es necesario ubicar las condiciones que dominan ese mercado y

aunque es un proceso que puede tomar tiempo, es la única forma de asegurar éxitos y marcar diferencia frente a la competencia.

Mauricio Escobar, Coordinador de estudios comerciales de la Cámara de Comercio Colombo Americana, afirma que los norteamericanos son consumidores bastante exigentes en lo que a artículos de hogar se refiere, por lo que la calidad es una característica primordial.

Así mismo, es recomendable al momento de contactar compradores, no vender el producto que se tiene, sino aquel que los norteamericanos prefieren comprar; es decir, ajustar los diseños de los muebles a la demanda del mercado preocupándose en forma permanente por la innovación y el desarrollo de nuevos productos.

En materia de distribución, California es el mercado más extenso e importante para esta industria, seguido por el estado de New York y Texas. Los muebles suelen ser vendidos directamente al consumidor, o bien por medio de redes de expendedoras o almacenes minoristas, eso depende de la estrategia de cada productor.

Los principales canales de distribución son:

- **Tiendas de muebles independientes:** En general el 42 por ciento de las compras de muebles se realizan a través de este canal.
- **Cadenas de mercado masivo o de grandes superficies:** Como Home Center, Home Depot, DIY Home Warehouses, Home Base, National Home Centres, Ethan Allen, entre otros. Posee el 21 por ciento de las compras.
- **Almacenes por departamento:** Como Burdines, JC Penny, Lord and Taylor, entre otros. El doce por ciento de las compras de muebles le pertenecen.
- **Ventas directas de fábrica:** Responsable del ocho por ciento de las compras.
- **Superalmacenes:** K.Mart, Wal-Mart, Target, Office Market, Estaples, Circuit City, Best Buy, etc. Se ocupa del cuatro por ciento del mercado.
- **Internet, Catálogos y Showrooms:** A estos últimos tres canales corresponde el trece por ciento restante de las ventas.

PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE MUEBLES EN USA

El 69% del mercado total de muebles está concentrado en 25 distribuidores. Entre los principales y los que registran mayor número de ventas se encuentran:

Sears Homelife:	ventas por 655 millones de dólares anuales.
Heilig – Meyers:	ventas por 1.880 millones de dólares anuales.
Ethan Allen:	ventas por 850 millones de dólares anuales.
Levitz Furniture:	ventas por 837 millones de dólares anuales.
Federated:	ventas por 783.4 millones de dólares anuales.

Dentro del campo de muebles para oficina, los principales distribuidores son:

Steelcase:	ventas por 2.470 millones de dólares anuales
Herman Miller:	ventas por 1.325 millones de dólares anuales.
Hawort:	ventas por 1.300 millones de dólares anuales.
Hon:	ventas por un millón de dólares anuales.
Knoll:	ventas por 720 mil dólares anuales.



¿Qué Compran los Norteamericanos?

Según Oscar Hermida, gerente de Galería Hermida, empresa fabricante de muebles clásicos que realiza exportaciones ocasionales, los aspectos más buscados por el mercado anglosajón, a la hora de adquirir un mueble, son durabilidad y funcionalidad.

La madera de roble es muy apetecida por su solidez y aspecto casual, también gusta mucho el mobiliario de color caramelo y el labrado a mano, sobretodo el que se adorna con figuras precolombinas", asegura.

A nivel general, entre los estilos preferidos se encuentra uno muy popular en decoración: el llamado "Country- modern" que se caracteriza principalmente por el uso de maderas oscuras y pocos accesorios. Su estilo se acerca más a reproducciones de muebles antiguos.

De igual uso y preferencia, especialmente en comedores, está el *peltre* (aleación metálica compuesta por estaño y plomo). En cuanto al diseño de comedores formales, los colores caoba y cereza son de altísima demanda.

Otro aspecto importante que llama la atención de los consumidores norteamericanos y que debe atender el fabricante nacional, es el hecho que sus muebles ofrezcan, preferiblemente, algún tipo de cubierta protectora contra manchas huellas, removedor de esmalte, blanqueador, vinagre, alcohol, café, etc.

El público joven, ubicado entre el rango de los 20 y 30 años, prefiere diseños de colores llamativos y modelos livianos propios de la tendencia *loft*. Sin embargo también hay demanda en muebles que hacen alegoría a los años 20's, 30's y 40's, con colores rojos, azules, naranjas, verdes, amarillos e incluso ciruela y púrpura.

En materia de muebles para niños, además de las consideraciones estéticas, los fabricantes colombianos deben tener en cuenta otros aspectos referidos a la seguridad; pues ésta no solo es vital para el consumidor sino que representa uno de los puntos más regulados y controlados por las leyes norteamericanas.

Por ejemplo, en el caso de las cunas tipo *crib*, su diseño implica que el colchón pueda ajustarse en dos niveles; una posición alta perfecta para antes de que el bebé se siente solo, y una posición muy baja ideal hasta que el niño alcance una altura superior a un metro. También se considera el uso de vidrios de seguridad y ranuras en los baúles que almacenan juguetes, a fin de prevenir accidentes cuando los niños cierran las tapas.

La Posición de Colombia

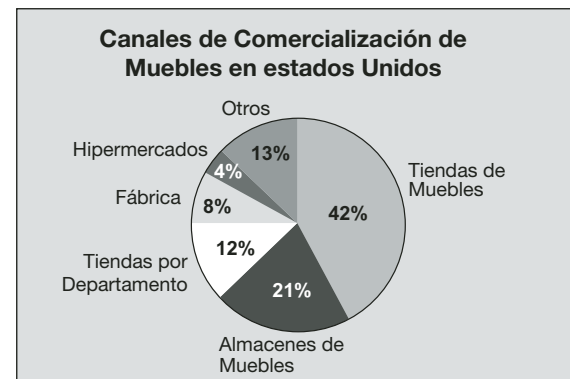
En opinión de los especialistas, la industria colombiana tiene innumerables oportunidades para la exportación; en primera instancia porque cuenta con amplia vegetación y madera de alta calidad -capaz de competir con las mejores del mundo-, segundo, porque esta incrementando sus volúmenes de madera y tercero, por el talento, la creatividad y capacidad demostrada por sus artesanos y diseñadores.

De hecho, durante los últimos años, la exportación de muebles colombianos ha mantenido índices de creci-

miento atribuidos a dos clases de industrias exportadoras: las pequeñas y grandes empresas. Las primeras suelen exportar sus productos a pequeña escala, con poca frecuencia y clientes específicos, mientras las segundas trabajan sobre pedidos de mayor tamaño y suelen contactar cadenas de distribución en Estados Unidos.

En materia financiera, Colombia registró en el 2004 cerca de 18 millones de dólares en exportación de productos de madera, siendo Estados Unidos el principal destino con un 45 por ciento, seguido de Venezuela con el 16 por ciento, Panamá con el seis y Ecuador con el cinco por ciento.

La responsabilidad para que estos índices mejoren recae sobre cada uno de los productores de muebles, ya que de ellos depende optimizar la frecuencia de sus exportaciones, el cumplimiento y la ampliación de métodos de promoción. En opinión de Oscar



EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES SEGÚN SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT

SUBSECTORES	2001 FOB (US\$)	2002 FOB (US\$)	2003 FOB (US\$)	2004 FOB (US\$)
Madera	22.006.724	28.595.680	26.448.446	25.224.341
Muebles Hogar	12.168.674	17.052.457	22.115.920	21.812.352
Muebles Oficina	42.619.730	28.854.218	51.372.882	46.154.863
Total	76.795.128	74.502.355	99.937.248	93.191.556


Fuente: Proexport - Colombia



Hermida las exhibiciones y las ferias son algunos de los instrumentos más prácticos y efectivos para ingresar al mercado de los Estados Unidos. Por consiguiente, es recomendable estar atento y si es posible, asistir a este tipo de eventos con el fin de conocer y aumentar las posibilidades de penetrar el mercado.

Por otro lado, una de las tendencias más recientes de compra que ha causado impacto en la industria anglosajona del mueble, ha sido la venta de estos artículos a través del Internet. En palabras de Oscar Hermida, esta puede convertirse en una herramienta de promoción y venta bastante efectiva. "Ofrecer en una página de Internet es tener un catá-

logo en línea, al alcance de cualquier persona, no sólo en EEUU, sino en cualquier otro lugar del mundo"

Conocer las ventajas competitivas que ofrece Colombia es algo que los especialistas recomiendan; de la misma forma, aprovechar asesorías y ayudas brindadas por entidades como Proexport y Bancoldex, pueden motivar proyectos especiales de integración que fomenten la inversión directa que beneficien el intercambio comercial del sector. 

Cita:

1. SGP, Sistema General de Preferencias. Otorga exenciones arancelarias a 152 países entre los cuales se encuentra Colombia. Se firmó en 1970 para favorecer los países en vía de desarrollo.

Fuentes:

- **Oscar Hermida**, Actual gerente y propietario de la Galería Hermida; almacén y fábrica de muebles clásicos de corte europeo que tiene presencia en el país desde hace 40 años. Diseñador industrial, que actualmente exporta muebles a Estados Unidos, ha estado en contacto con el mundo de la madera desde los cinco años, lo que lo ha llevado a tomar cursos de acabo en Italia.

E-mail: galeriahermida@cable.net.co

- **Mauricio Escobar**, Coordinador de estudios comerciales de la Cámara de Comercio Colombo Americana.

