

Para crecer en un mundo global



EE.UU.: Un mundo de oportunidades para el sector del hábitat

Mayo 2022



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL





Índice

1. PRESENTACIÓN DEL MERCADO/ ENFOQUE PAÍS
2. ¿DÓNDE ESTÁN LAS OPORTUNIDADES?
3. SITUACIÓN ACTUAL / COVID
4. PERSPECTIVAS 2022-2023
5. ¿PRÓXIMAS ACTIVIDADES ?





El sector del Habitat

- Se espera que durante el período de 2021 a 2026, el mercado del Habitat de los Estados Unidos crezca a una tasa del 4% anual.
- Este mercado es el que experimenta un mayor crecimiento en Estados Unidos, con una cuota de mercado superior al 60% en la región norteamericana.
- La pandemia afectó a la industria de la construcción ya que muchos proyectos a gran escala fueron cancelados o retrasados
- Pero la combinación de un mercado inmobiliario resistente con tasas de interés históricamente bajas, y aumento de ingresos disponibles con los cheques estímulo, un aumento en los proyectos de mejoras para el hogar impulsó un auge en los trabajos de remodelación residencial.
- El propietario medio gastó \$13,138 en mejoras de viviendas residenciales en 2021.
- Se espera que el gasto continúe aumentando en 2022 y supere los \$380 mil millones para mediados de año.



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL



2021: Año del Unicornio

- La demanda del sector contract cae con el cierre de colegios, instituciones, etc.
- La pandemia creó un enfoque y una prioridad en el hogar”, Los clientes pasan más tiempo en casa mientras gastaban menos en viajes y restaurantes. Crece la demanda de mueble de hogar y oficina.
- El mercado de muebles para exteriores creció también a medida que más actividades sociales se trasladaron al exterior.
- Crecimiento explosivo de las ventas retail en 2021 casi el 25 % \$61,100 millones





2022: Fin de la Fase?

- Desaceleración en 2022.
 - Disminución de la demanda
 - Libertad de movimiento cliente
 - Rapido aumento de la Inflacion
 - Interrumpciones en la cadena de suministro
 - Costos de fletes
 - Problemas de retencion de empleados
 - Aumento de competencia (Guerra de precios)



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL

ivace.es



Canales de Distribución y Venta en los EE.UU.

- RESIDENCIAL
- CANAL TRADICIONAL:
 - Mayoristas /Showrooms (saturado , selectivo)
 - Minoristas/Retail (agentes , volumen, limitados)
- CANAL ONLINE: Marketplace, Minorista, DTC (inversión)
- CONTRACT: Prescriptores (Lento y Barreras técnicas)
 - Hospitality and Food Services, Offices and Home Offices, Retail stores, Institutions
- **NUEVAS ESTRATEGIAS DE ENTRADA : Filial, logísticas**
- **NUEVAS ESTRATEGIAS DE CANAL : Omni channel**



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL



Tendencias

- Cambio digital:
 - "Comercio Social" como experiencia de compra
 - Cadena de suministro: IA, IoT para optimizar y estar al día
- Personalización y la modularidad son la clave.
- La generación más joven prefiere opciones DtC.: Importancia de la experiencia de compra para poder competir.
- Omni Canal : Modelos comerciales híbridos en la tienda y online
- Realidad Aumentada es el futuro del sector
- Mayor interés en muebles ecológicos y en la sostenibilidad: materiales reciclados o con maderas sostenibles o la madera recuperada.
- Espacios de trabajo más flexibles: estaciones de trabajo



eCOMMERCE

- La pandemia aceleró la penetración del comercio electrónico del sector: En las primeras etapas de la pandemia, los negocios no esenciales cerraron y muchos consumidores compraron a través de minoristas como Wayfair y Amazon .
- En respuesta, los principales fabricantes de muebles nacionales y minoristas establecieron presencias online.
- Las ventas de muebles para el hogar representaron casi el 12 por ciento del comercio electrónico minorista total en los EE. UU. según Statista, que también encontró que los muebles y electrodomésticos son la categoría con la tasa de crecimiento anual compuesta más alta entre 2018 y 2025, superando a la moda y la electrónica.



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL



eCOMMERCE en el Sector

Oportunidad en el Marketplace



*Statista.com

ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL



eCOMMERCE en el Sector

Oportunidad en el Marketplace



Large and midsize suppliers with DTC fulfillment capabilities
Directly list and fill orders via drop-shipping to customer



Midsize and small brands
Working with third parties eliminates need to meet individual platform scale requirements



Large suppliers that sell product to Amazon
Marketplace takes inventory of, lists and distributes product through invitation-only Vendor Central program



Fulfillment by Amazon (FBA)
Pay-as-you-go logistics service includes warehousing, picking, packing, shipping, returns and customer service



Seller-Fulfilled Prime (SFP)
Vendors handle fulfillment and shipping via approved carriers or a 3PL; requires performance metrics monitoring — best option for suppliers with robust DTC fulfillment capabilities



Vendor Central
Suppliers sell wholesale to Amazon; invitation-only and available only to the most established brands and manufacturers



eCOMMERCE en el Sector

Oportunidad en el Marketplace



Wayfair 1P fulfillment options:



Large suppliers

List on Wayfair; drop-ship directly to customers



Midsized and smaller suppliers

Wholesale via resellers that market and list product



Suppliers of all sizes

Wholesale to Wayfair or its 3PL provider, CastleGate

To maximize listings:



Integrate

Combine online store with eSwap inventory management platform to upload bulk listings, automatically list inventory and manage orders



Promote

Participate in Wayfair's frequent promotions, which act as substantial traffic drivers



Merchandise

List products on the right Wayfair marketplace — Wayfair.com, Joss & Main, AllModern, Perigold and/or Birch Lane

Source: L.E.K. research and analysis



eCOMMERCE en el Sector

Oportunidad en el Marketplace

- Gestion de Marca: Determinar los producto correctos MkP vs DTC
- Capacidad de desarrollo de productos: extraer información sobre productos clave para adelantarse a las tendencias e impulsar las ventas
- Administración el ciclo de vida del producto: Supervisar métricas como valoraciones de los clientes, velocidad del producto, pq impactan en los resultados de búsqueda y la toma de decisiones del consumidor en el entorno del mercado.
- Implemente el modelo de entrega: Asegúrese de que sea apropiado
- Customer service y respuesta adecuada al cliente.



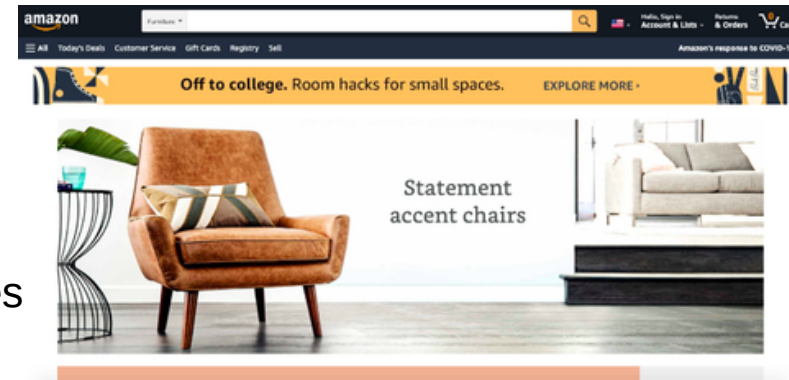


Oportunidad en el Marketplace

1. Amazon Home

Professional subscription: 39,99/month + additional selling fees

Individual subscription: 0,99/item sold + additional selling fees



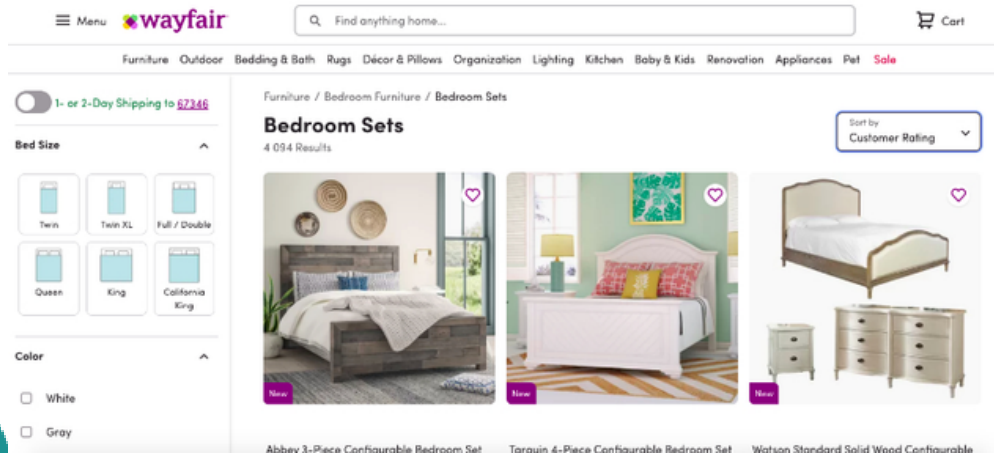
Amazon ofrece dos tipos de suscripciones que permiten a obtener soporte de marketing . A. En cuanto a las tarifas de referencia para muebles, son del 15 % para la parte del precio total de venta hasta \$200 y del 10 % para cualquier parte del precio total de venta superior a \$200.

2. Wayfair

Website: <https://www.wayfair.com>

\$0/month

Esta tienda electrónica vende muebles de mayor precio y económicos, por lo que su base de clientes es bastante amplia. Wayfair no toma un porcentaje de las ventas sino que opera como mayorista, y fijan el precio minorista por su cuenta.

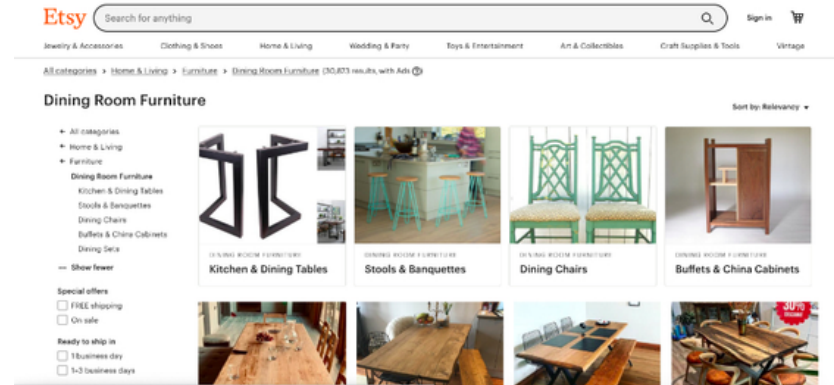




Oportunidad en el Marketplace

3. Etsy

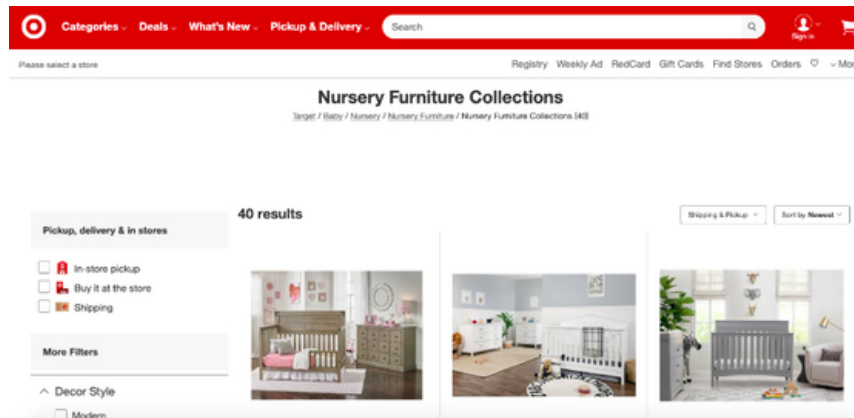
Website: <https://www.etsy.com/>
Standard Selling Plan: \$0/month
Plus: \$10/month



Esta tienda en línea ofrece dos planes de venta y ambos ofrecen soporte técnico a los suscriptores, varias opciones de marketing, estadísticas detalladas y herramientas de pago sencillas. Con Etsy Plus, los vendedores obtienen una dirección .store gratis durante un año.

4. Target

Website: <https://www.target.com/>
Target Plus es una plataforma de venta minorista en línea sólo por invitación
Una vez seleccionado se paga una tasa de comisión del 5 al 15 % o una tarifa de referencia para vender en Target Marketplace.

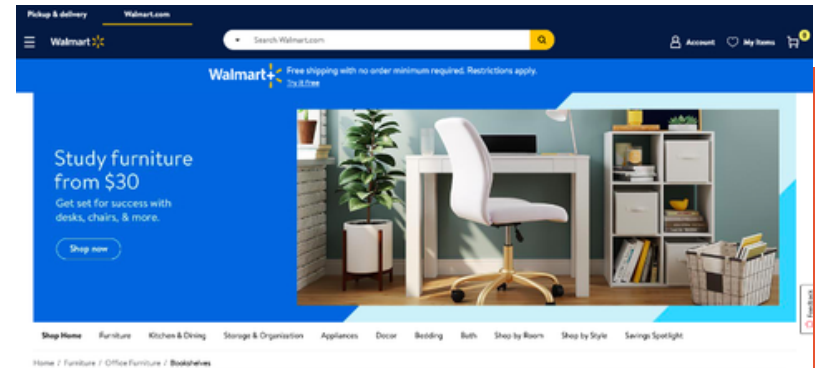




Oportunidad en el Marketplace

5. Walmart

Website: <https://marketplace.walmart.com/>
\$0/month

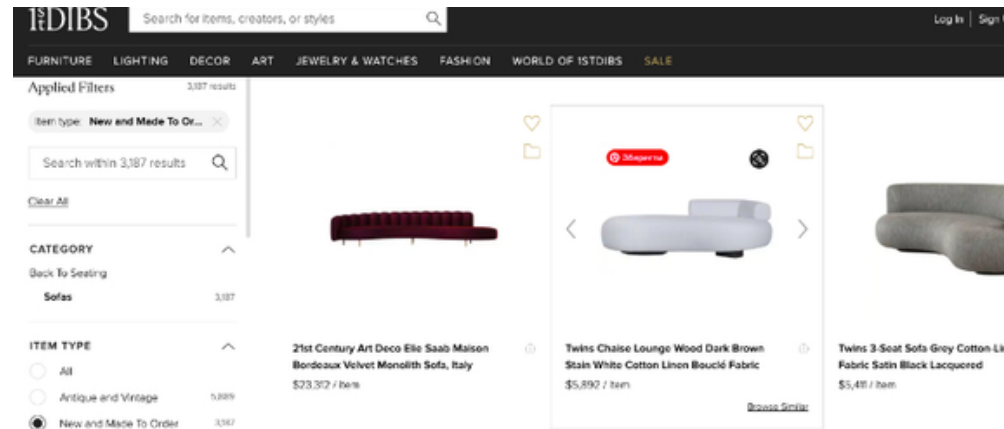


Walmart es el minorista omnicanal más grande del mundo que también es estricto con sus asociaciones. Walmart no tiene suscripción ni tarifas mensuales, pero cobra una tarifa de referencia del 15% para muebles, exteriores y cocina.

6. 1stDibs

Website: <https://www.1stdibs.com/>
Subscription Plan: \$500/month

Especializada en muebles antiguos y modernos de lujo, en general producto de alta gama en línea. Son bastante selectivos. Exigen a todos sus vendedores cumplan con sus altos estándares.



ivace.es



VALENCIANA | A UNA veu

IVACE
INTERNACIONAL



PERSPECTIVAS

- POTENCIAL DEL MERCADO EN CRECIMIENTO PARA PRODUCTO DE GAMA MEDIA ALTA PARA RESIDENCIAL Y CONTRACT
- ESTRATEGIA DE ENTRADA : FILIAL Y SOLUCIONES LOGISTICAS
- ESTRATEGIA OMNISCANAL
- BARRERAS DE ENTRADA: LOGISTICA , INVERSION

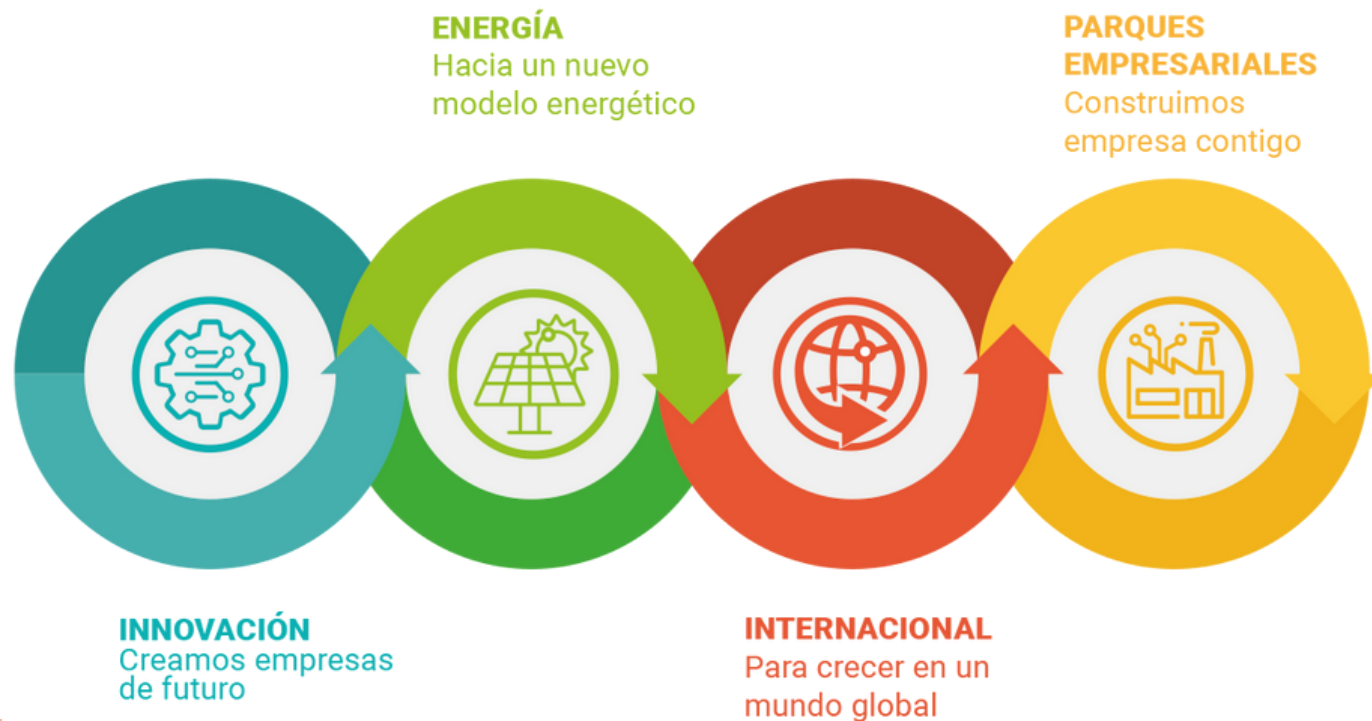


GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL

ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
VELU

iVACE
INTERNACIONAL

ivace.es