

# 2013

## Informe Especializado



El Mercado de la Decoración en  
Suecia: Perfil del consumidor y  
principales canales de  
comercialización

## EL SECTOR DE LA DECORACIÓN EN SUECIA

## 1.- Panorama del Mercado Sueco

- Con una población de 9.5 millones de habitantes y un PBI de US\$ 520.3 billones, Suecia es una de las economías más prósperas a nivel mundial. Además, la población cuenta con un PBI per cápita de US\$ 41,700, uno de los más altos a nivel europeo.
- Si bien la crisis financiera afectó en su momento la economía del país, esta ha logrado recuperarse. Incluso, según estimaciones realizadas por el CBI de Holanda, el índice de confianza del consumidor es uno de los más altos entre los países miembros de la Unión Europea (17.8%). Es decir, la población se siente optimista y segura del comportamiento de la economía, y por ende está dispuesta a gastar más.
- Al ser miembro de la Unión Europea, Suecia comparte una misma y única estructura arancelaria para las importaciones provenientes de terceros países, por lo que el arancel de importación al cual se enfrentarían los productos peruanos decorativos, es de cero (0%).
- Se debe destacar también, el crecimiento del mercado de bienes raíces en Suecia, el cual durante el último año aumentó en 6%. En este marco, se espera que los consumidores suecos inviertan en la compra de artículos para la mejora, implementación, y/o decoración de sus nuevos hogares.

## 2.- Sector de la Decoración

- Suecia es un país de una fuerte tradición en lo que a productos de amueblamiento y decoración se refiere. Cuenta con grandes franquicias de estos productos reconocidas a nivel mundial como Ikea, Grupo Nobia, Kinnarps, Jysk, Hansen & Dysvik entre otras. Además, se estima que este sector está valorizado en aproximadamente 98 millones de euros.
- Mucha de la producción de artículos decorativos está localizada fuera del territorio, sin embargo, la concepción y el diseño de estos se da en Suecia. De otro lado, aún existen marcas, de producción local, especializadas en ciertas líneas de productos. Por ejemplo: Almedals, Ludvig Svensson (textiles), Orrefors-Kosta (vidriería), Gustavberg (cerámica), entre otras.

Tabla 2: Venta de Productos y Artículos de Decoración y Hábitat en Tiendas Especializadas (2011)

Categorías	Millones de Euros	Consumo/Hab. (EUR)
<i>Muebles, luminaria y Art. de decoración</i>	3,132	331
<i>Textiles del hogar</i>	891	94
<i>Tapicería</i>	253	27
<i>Electrodomésticos</i>	783	83
<i>Utensilios y Art. decorativos de mesa y de cocina</i>	1,171	124
<i>Flores y plantas</i>	1,092	116
<b>Total</b>	<b>7,322</b>	<b>775</b>

Fuente: Vem är vem 2012

- Dicho lo anterior, se hace evidente que la decoración juega un rol importante en la vida diaria de la población sueca, razón por la cual constituye el mayor gasto de los hogares en lo que a bienes durables y semi-durables se refiere, incluso superior al gasto en prendas de vestir y/o actividades de ocio (en promedio 965 EUR, por hogar, al año).
- Cabe indicar que en el sector decorativo se pueden distinguir cuatro segmentos. El primero de ellos es de los artículos utilizados en festividades especiales (Navidad, pascuas, etc.), el cual viene a ser el de mayor tamaño, sobre todo en términos de importación.
- El segundo segmento, es el de las piezas de arte, compuesto por artículos que tienen un toque artístico distintivo como estatuillas o pinturas, los cuales pueden adquirirse en tiendas especializadas o en galerías de arte. El tamaño de mercado para estos objetos es pequeño, pues sólo cumplen una función decorativa.

- Los souvenirs (llaveros, monederos, etc.) conforman el tercer segmento, el cual es bastante limitado, pues el consumidor sueco compra sólo artículos tradicionales de su país. Por ese motivo, los souvenirs de diferente origen, se enfrentan a bajos precios.
- El último segmento, es el de artículos decorativos utilitarios. Este es el segundo más grande en términos de importación, dada la preferencia de los consumidores suecos por este tipo de objetos. Estos se pueden adquirir en distintos lugares, desde supermercados, hasta en tiendas especializadas de regalos.
- De acuerdo a cifras proporcionadas por INTRACEN, Suecia importó en 2012, más de US\$ 3,000 millones en artículos considerados como “Industrias Creativas”<sup>1</sup> (ver tabla 1), aunque esto significó una caída de 15% respecto a 2011.

**Tabla 1: Importaciones de “Industrias Creativas”, hacia Suecia**

Ord.	Exportadores	2010	2011	2012	Var. 11/12	Part. 12
	<i>Total</i>	3,692	4,102	3,487	-15.0%	100%
1	<i>China</i>	861	847	852	0.6%	24%
2	<i>Alemania</i>	425	486	338	-30.4%	10%
3	<i>Dinamarca</i>	422	452	305	-32.6%	9%
4	<i>Polonia</i>	205	247	217	-12.0%	6%
5	<i>Italia</i>	185	202	188	-7.0%	5%
6	<i>Reino Unido</i>	164	191	181	-5.1%	5%
7	<i>Países Bajos</i>	120	138	136	-1.6%	4%
8	<i>India</i>	120	142	123	-13.5%	4%
9	<i>Noruega</i>	138	151	111	-26.8%	3%
10	<i>Finlandia</i>	138	133	104	-22.3%	3%

Fuente: Trademap.

Elaboración: Inteligencia Comercial – PROMPERU

Cifras en Millones de US\$

### 3.- Preferencias del Consumidor Sueco

- El consumidor sueco se caracteriza por estar siempre al tanto de lo último en moda y diseño, esto debido al importante rol que juegan los medios de comunicación. Es por esto que los compradores están en una búsqueda constante de artículos novedosos, sofisticados y de buena calidad.
- Para los consumidores suecos, las tres características que predominan al momento de la compra de un artículo de decoración son el diseño, la funcionalidad del producto y la relación calidad-precio. Además de esto, son consumidores informados, por lo que la notoriedad de la marca y los aspectos ambientales son factores que también tienen un peso importante al momento de la compra.
- En general, los consumidores suecos adquieren artículos que tengan algún significado o que cuenten una historia, y que les permita crear un concepto. Por este motivo, los productos decorativos deben ser mostrados y ofrecidos al consumidor como colecciones, donde los artículos se complementan uno al otro, buscando un tipo de unificación, con lo que se genera una cadena de compras, y por ende, un mayor ingreso.
- Como en la mayoría de países europeos, los aspectos ambientales y sociales tienen cada vez mayor importancia en Suecia. Así por ejemplo, los productos que cumplen con los principios “Fairtrade” (proceso de producción amigable con el medio ambiente, prácticas laborales justas, seguridad laboral, entre otras), están viendo incrementadas sus ventas. Inclusive, dentro del mercado existen

<sup>1</sup> Estadística basada en el concepto utilizado por el International Trade Center (ITC), que sirva para describir aquellos productos que tienen su origen en la creatividad individual habilidad y talento, con un potencial de creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual propiedad. Estas industrias abarcan: productos artesanales, artes visuales, artes escénicas, cine y medios de comunicación audiovisual, literatura, libros y publicaciones, y otros. Es decir, no sólo se cuentan productos propiamente artesanales, sino también aquellos que se consideren culturales como libros, películas, etc.

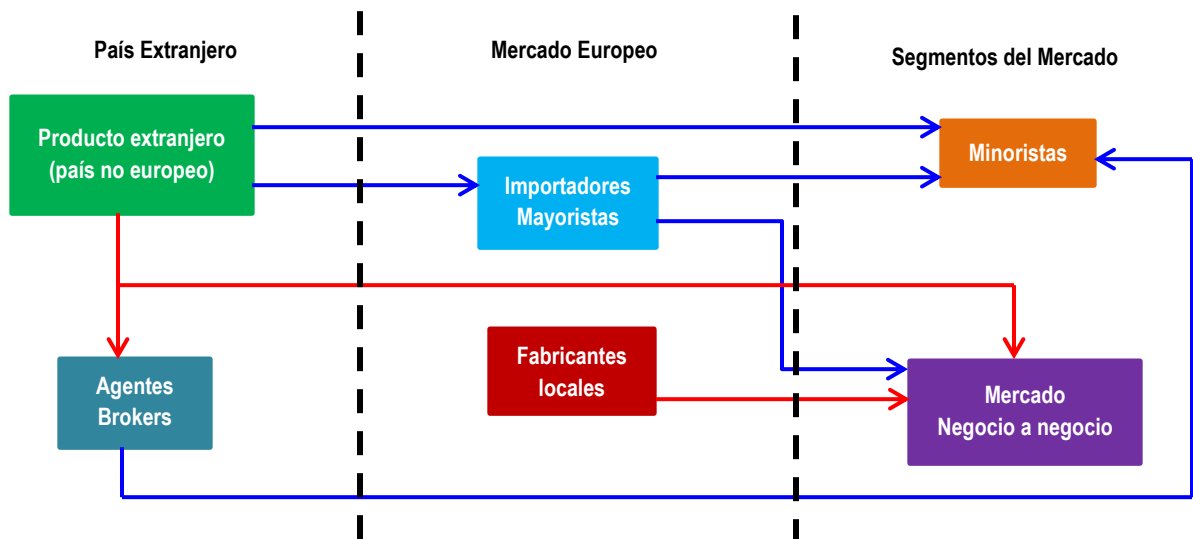
organizaciones que promocionan este tipo de productos, como la Organización Sueca de Tiendas de Comercio Justo (<http://www.varldsbutikerna.org/>).

- Del mismo modo, existe gran preferencia por productos elaborados con materiales naturales y/u orgánicos, y los hechos a mano, que posean un diseño sofisticado y elegante, con un toque de individualidad, pero con un estilo sencillo.
- Otra tendencia es la de mezclar materiales, como la cerámica con madera, o bambú, ya que produce un efecto sorpresa al momento de tocarlo (frío-caliente, liso-áspero).

#### 4.- Canales de Distribución y Comercialización:

- El mercado sueco es dominado por la supremacía de grupos de compras y de grandes almacenes, que proponen conceptos globales integrando frecuentemente, diversas líneas de productos: muebles, textiles del hogar, decoración, utensilios de mesa o cocina, etc. Ikea, MIO y la cadena danesa Jysk, son las más visitadas y las que han generado mayor ingreso en los últimos años. Estos almacenes venden principalmente productos de gama media.
- Paralelamente, cierto número de tiendas independientes han sabido diferenciarse de las grandes cadenas, con gran éxito. Estas tiendas ubicadas en los centros de las ciudades están siendo cada vez más visitadas pues crean un ambiente único con el que muchos consumidores se sienten identificados. Estos establecimientos ofrecen casi en su totalidad, productos de gama alta.
- En general, la estructura de distribución del sector de decoración es casi idéntica para todos los países europeos, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 1: Canales de Comercialización y Distribución (Artículos de Decoración)



Fuente: CBI

- Otro segmento importante, no mencionado en el gráfico 1, son los compradores institucionales, como los hospitales, hoteles, restaurantes, entre otros. La demanda de estos establecimientos está cubierta, en su mayoría, por los importadores/mayoristas.
- Así mismo, debe mencionarse que los compradores suecos suelen visitar ferias comerciales en búsqueda de nuevos proveedores y nuevos productos. La feria más importante de este rubro en Suecia es FORMEX, la cual se lleva a cabo en Estocolmo, dos veces al año. Este evento es la principal cita del sector de la decoración, el regalo, el diseño y las tendencias en Escandinavia y Europa del norte. Atrae a agentes, mayoristas, importadores, diseñadores y productores del diseño de interiores y de la industria del regalo. Aunque la feria tiene aún presencia mayoritaria de empresas nórdicas, cada nueva edición está recibiendo más visitantes y expositores de diversos países.

- Otros eventos a los cuales asisten los importadores suecos son: “Ambiente & Tendence” (Frankfurt - Alemania), “Maison & Objet” (Paris - Francia), y “Heimtextil” (Frankfurt – Alemania).

Tabla 3: Información sobre Ferias de Decoración

FERIA	N° EXPOSITORES	N° VISITANTES
<i>Formex</i>	876 (25 países)	25,389 (principalmente de Europeos)
<i>Tendence</i>	1,852 (66 países)	46,000 (91 países. Suiza, Holanda, Italia, Austria y Francia, representaron las mayores delegaciones)
<i>Heimtextil</i>	2,634 (61 países)	70,000 (132 países. Alemania, Italia, Turkia, China e Inglaterra, representaron las mayores delegaciones)
<i>Maison &amp; Objet</i>	2,586	71,406 (Italia, Bélgica, Inglaterra, Alemania, Rusia. La participación de América Latina fue de 2%.

Elaboración: Inteligencia de Mercados- Promperu.  
La data de las ferias corresponde a las últimas ediciones.

## 5.- Presencia Peruana

- La presencia de los artículos de decoración originarios de Perú es aún muy pequeña. Como puede apreciarse en la tabla 3, las exportaciones de estos productos a Suecia ascendieron a US\$ 13,974 en 2012, valor que representó apenas el 0.01% del total exportado hacia este país.

Tabla 4: Exportaciones Peruanas del Sector Artículos de Decoración y de Regalo - ADR (2012)

SUBPARTIDA-DESCRIPCION	2011	2012	Var. 12/11	Part. 12
TOTAL SECTOR ADR	16,475	13,974	-15.2%	100%
<i>Art. de muñería que representen animales o seres no humanos</i>	3,212	4,816	49.9%	34%
<i>Bolsos de mano de materia textil</i>		3,762	-	27%
<i>Demás bisuterías de metales comunes</i>	848	2,366	179.0%	17%
<i>Demás estatuillas y Art. de decoración de cerámica</i>	1,945	1,885	-3.1%	13%
<i>Otros</i>	10,470	1,145	-89.1%	8%

Fuente: Sunat  
Elaboración: Inteligencia Comercial – PROMPERU  
Cifras en Miles de US\$

- Sin embargo, de acuerdo a estadísticas brindadas por INTRACEN, aún existe un comercio potencial para otros productos de nuestra oferta exportable, tal y como se muestra en la tabla N° 5:

Tabla 5: Comercio Potencial entre Suecia y Perú – Productos Decorativos

Producto	Suecia importa desde Perú			Perú exporta al mundo			Suecia importa del mundo			Comercio Potencial		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
<i>Alfombras de lana o de pelo fino.</i>	0	0	2	147	133	243	14,320	15,641	13,973	147	133	241
<i>Estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica</i>	0	2	2	4,463	6,756	6,228	19,953	18,587	16,622	4,463	6,754	6,226
<i>Los demás muebles de madera</i>	4	0	1	3,050	4,189	3,579	379,878	403,275	363,036	3,046	4,189	3,578
<i>Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera</i>	1	0	0	709	1,331	1,030	5,282	6,104	5,715	708	1,331	1,030

Fuente: Trademap.  
Elaboración: Inteligencia Comercial – PROMPERU  
Cifras en miles de US\$

- Finalmente, las oportunidades de negocio que presenta este mercado para los productos peruanos de decoración, son innegables, por lo que se debería explorarse aún más el mercado, a través de un análisis que ayude a mejorar e incrementar la presencia de los productos y empresas peruanas, teniendo siempre presente los requerimientos de calidad e inocuidad solicitados por la Unión Europea, así como las certificaciones privadas que generan un valor agregado a los bienes. haciendo hincapié en la conservación de técnicas ancestrales para la elaboración de los artículos de decoración, hecho que hace que estos productos sean más valorados dentro de ese mercado.