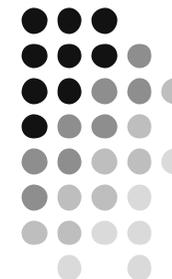


# Mercado y Consumidor Europeo

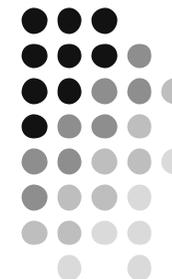


# Perfil del Consumidor Europeo



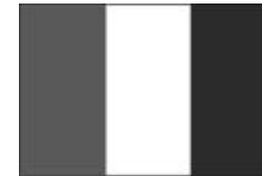
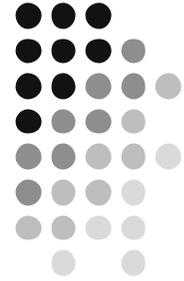
- ✍ Demanda de alta calidad.
- ✍ Variedad.
- ✍ Productos seguros e inocuos (información básico del producto).
- ✍ Certificaciones.
- ✍ Tendencias empresariales responsables y sostenibles.
- ✍ Consumidor bien informado y sofisticado.
- ✍ Compras en supermercados y tiendas especiales.

## Perfil del Consumidor Europeo (2)



- ✍ Familias unipersonales (Dinamarca +50%, España, Portugal, Grecia 20%)
- ✍ *WOOFs (Well-off Older Folks)*
  - ✍ Bajos índices de natalidad, alta expectativa de vida, experiencia de vida (Ej. Viajes)
  - ✍ Demanda por bienes de lujo, deportes, recreación, salud, medicina, alta calidad.
- ✍ *DINKIEs (Double Income, No Kids)*
  - ✍ Altos ingresos, demanda por bienes de lujo, gourmet, viajes, compras interdiarias
- ✍ *SKIPIEs (School Kids with Income & Purchasing Power)*

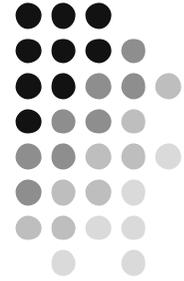
# Perfil del Importador



- ✍ Informal, usa primeros nombres.
- ✍ Espera que el exportador tome iniciativa.
- ✍ No realiza mucha conversación para hacer negocios.
- ✍ Rápido para preguntar precios.
- ✍ Disgusta muestras de riqueza (no son ostentosos).
- ✍ Respeto a fechas establecidas.
- ✍ No almuerzos ni cenas.

- ✍ Formal, no muy directo.
- ✍ Agradece darse las manos.
- ✍ Espera junta mucha información acerca del exportador.
- ✍ Algo arrogante.
- ✍ Construir una relación es esencial.
- ✍ No es muy paciente.
- ✍ Viste correctamente y conservadoramente.
- ✍ Los primeros nombres no son utilizados.

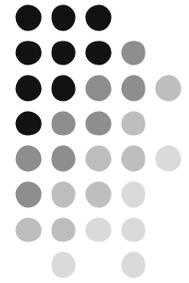
# Perfil del Importador



- ✍ Muy formal, nunca utiliza primeros nombres.
- ✍ Dirigirse por su título y su apellido.
- ✍ Rápido para llegar al punto, tiempo corto.
- ✍ Ofrecer contratar partes alemanas, referencias y record exportador.
- ✍ Vestir correctamente y formal.
- ✍ Muy estricto en el horario.
- ✍ Requiere un planeamiento detallado y una preparación.

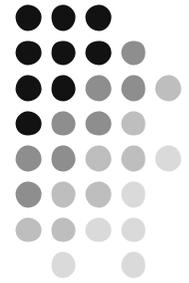
- ✍ Algo formal y directo.
- ✍ Atención al uso del idioma.
- ✍ Trata a los vendedores como igual.
- ✍ Da oportunidad para expresar libremente las ideas.
- ✍ Interesado en los logros alcanzados por el exportador.
- ✍ Preferencia por negociaciones largas

# Mercado europeo – características generales



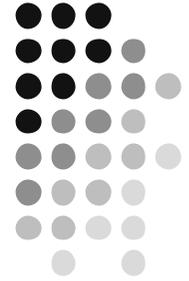
- ✍ Incremento en el número de casas habitadas por una o dos personas (jóvenes que salen de su casa o adultos cuyos hijos dejan su casa) necesidad de decoración o redecoración.
- ✍ Crecimiento substancial del grupo de consumidores mayores a 45 años, que resulta el segmento de mercado más interesante debido a su tamaño y poder de compra ya cuentan con todo lo necesario para el hogar, por lo que son muy exigentes en diseño y calidad.

# Mercado europeo – características generales



- ✍ Nuevas tendencias: materiales de origen natural, productos que reflejen culturas y formas de vida diversas.
- ✍ Las principales ferias de regalo en Europa consideran que el mercado masculino tendrá un crecimiento importante en el futuro cercano.
- ✍ Aumento en las ventas de artículos profesionales para el público en general (cocina).
- ✍ Tendencia a substituir el plástico por la madera.

# Mercado europeo – características generales



- ✍ Mercado dominado por marcas europeas      obsesión por el diseño y las últimas tendencias de la moda.
- ✍ La mayor parte de las casas europeas de diseño y decoración importan o fabrican en el norte de Africa, Europa del Este y Asia.
  - ✍ Unión Europea (Italia, norte de Europa), competencia en diseño.
  - ✍ Europa del Este y norte de Africa, en tiempos de entrega mas que en precio: el ciclo de compra y venta del producto es muy corto debido al rápido cambio de la moda.
  - ✍ Países asiáticos, fuerte competencia en precios.