



OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL
DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA
COPENHAGUE – DINAMARCA

I·V·E·X
Instituto Valenciano de la Exportación

GENERALITAT
VALENCIANA

NOTA DE MERCADO

SOBRE

LA ALFOMBRA Y LA MOQUETA

EN DINAMARCA

Realizado por : Lorenzo López Sánchez – IVEX – OFECOMES Copenhague
Fecha : Diciembre 2003

INDICE:

1. INTRODUCCIÓN
2. EL MERCADO DANÉS
3. LA DISTRIBUCIÓN
4. EL CONSUMIDOR
5. MATERIAS PRIMAS Y COLORES
6. FERIAS MÁS IMPORTANTES DEL SECTOR
7. MÁRGENES COMERCIALES Y PRECIOS
8. OPERATIVA DEL MERCADO
9. ASPECTOS INSTITUCIONALES
10. DIRECCIONES DE INTERÉS
11. BIBLIOGRAFÍA

1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio trata de ofrecer una visión sintética del subsector de ALFOMBRA y MOQUETA en Dinamarca.

La demanda del mercado danés está sin duda condicionada por la alta renta per cápita de este país. De una extensión similar a Extremadura y con una población ocho veces inferior a España, la renta por habitante alcanzó en el 2002 los 32.881 euros.

Por ello no es de extrañar que a pesar de su reducida dimensión, Dinamarca sea como mercado un objetivo estratégico de gran parte de las compañías que operan en mercados exteriores. No obstante, el término general, el consumidor danés es muy exigente, acostumbrado a altos niveles de calidad y a demandarla cuando no la encuentra. Asimismo la gran oferta internacional existente de productos y servicios fuerza a la baja los precios, a los cuales el consumidor danés también es muy sensible. Por estas razones, la presencia de cualquier producto o servicio en este país, presupone un rodaje y una experiencia internacional previa que permita afrontar con garantías este mercado.

OFECOMES Copenhague, en su labor de asesoramiento e información al exportador español, elabora de forma periódica estudios de mercado simplificados sobre los distintos subsectores de interés, con el fin de proporcionar los conocimientos iniciales para poder afrontar la penetración del mercado danés. Dada la intención de resumen, cualquier decisión que se adopte requerirá previamente un análisis en detalle de las condiciones en las que se encuentra el mercado. Estamos ante un país muy estable, tanto social como políticamente, pero esta circunstancia no implica que no se puedan producir cambios con cierta rapidez, sobre todo en lo que se refiere a legislación aplicable a determinados sectores, caso de los impuestos que gravan tanto el producto como el embalaje o en cuanto a normas de protección medioambiental o sanitaria.

Algunos datos estadísticos de relevancia sobre Dinamarca se aportan a continuación:

Cuadro 1: Evolución de variables relevantes en Dinamarca

	2002	2001	2000
Población	5.383.507	5.357.285	5.330.000
Desempleo sobre población activa	4,2%	4,3%	4,4%
Inflación	2,4%	2,8%	3,1%
Tipo de cambio frente al euro	7,43 euros / DKK	7,45 euros / DKK	7,45 euros / DKK
Renta per capita	32.881\$	30.188\$	30.120\$

La moneda del país es la Corona Danesa (DKK).

2. EL MERCADO DANÉS

El mercado danés de alfombra y moqueta está abastecido fundamentalmente por fabricantes europeos y asiáticos, pese a contar con una importante producción interna en el caso de la moqueta. Dentro de esta oferta internacional, Bélgica sería el principal suministrador, seguido a bastante distancia de Alemania, y otros países europeos. La presencia española, es meramente residual hasta el momento, pese a que en algunas de las entrevistas realizadas se nos confirmó el conocimiento por parte de los operadores daneses de la oferta y de la competencia española.

Los fabricantes belgas tienen una importante presencia en el mercado danés gracias a su gran flexibilidad. Pueden producir diversos tipos de alfombra usando la misma maquinaria, desde el producto más económico hasta el más caro, así como adaptar las medidas al gusto del consumidor.

También existe una importante producción local, protagonizada principalmente por Egetæpper. La principal ventaja de este fabricante es su servicio rápido y su cercanía al mercado alemán. Con un uso eficiente de la tecnología pueden servir pedidos de moqueta en un día en el norte de Alemania o tres días en el sur. Los clientes hacen los pedidos electrónicamente en las agencias de Ege y se cortan las moquetas a medida para ser servidas inmediatamente.

A pesar de la importante presencia de alfombra artesanal del oriente medio, la principal amenaza para los productores europeos es la competencia China, contra la cual solo se puede luchar con un servicio rápido e impecable y con productos de calidad y a la medida y gusto del cliente. Es decir, prontitud en la entrega y diseño vanguardista.

También hay que señalar que en Dinamarca hay un importante mercado de contratas. Ello es debido al reconocido prestigio de los arquitectos daneses y a que en Dinamarca se hace el acabado interior de cruceros y yates construidos en otros países. Sin embargo, éste es un mercado muy exigente en cuanto al enorme esfuerzo que hay que realizar para que los arquitectos tengan en cuenta los productos que ofertamos.

En lo que a exportaciones se refiere, estas se dirigen principalmente al mercado alemán, siendo precisamente la cercanía de éste, un factor clave en el desarrollo de la industria de la alfombra en Dinamarca. Las empresas danesas también se dirigen a otros mercados de alto poder adquisitivo, como el resto de Escandinavia, Reino Unido, EE UU y Japón. También hay que señalar la presencia de empresas que funcionan como agentes-mayoristas, y que proceden a reexportar parte de sus adquisiciones. En este último caso hablamos de alfombras de lujo y de diseño.

3. LA DISTRIBUCIÓN

En cuanto a la distribución, el mercado está dominado por dos grandes grupos: Garant y Tæppeland. Cada uno controla un 40% del mercado aproximadamente, siendo por lo tanto claves para el acceso al mercado danés.

Por otra parte hay que señalar que tres cuartas partes de las ventas de alfombra en Dinamarca se producen en dos periodos claves: los meses previos a Navidad (septiembre, octubre y noviembre) y sobre todo los posteriores (enero, febrero, marzo...) hasta la Semana Santa. Si ésta se adelanta, perjudica las ventas, pues poca gente compra alfombras pensando en la primavera o el verano.

4. EL CONSUMIDOR

El consumidor danés, debido a la climatología y al largo y oscuro invierno, pasa mucho tiempo en el hogar y da gran importancia a que en éste haya un ambiente agradable y acogedor. El consumidor danés hace al menos 3 grandes compras de mobiliario en su vida: cuando se independiza, cuando se casa y cuando los hijos abandonan el hogar. Estos comentarios son extensivos al resto de los países nórdicos, es decir, los países escandinavos (Dinamarca, Noruega y Suecia) más Finlandia. En conjunto, los estados mencionados suman mas de 20 millones de consumidores, en su mayoría de un poder adquisitivo alto y que comparten modos de vida condicionados por la meteorología de esta región.

A pesar de la elevada presión fiscal el consumidor danés invierte buena parte de su renta disponible en el hogar. Dinamarca es por ello un mercado interesante para la alfombra decorativa, aunque la moqueta está en franco retroceso. Mientras mucha gente busca combinar una alfombra con el mobiliario del salón, se están retirando las moquetas que se instalaron en muchos hogares durante los años 80 y 90.

5. MATERIAS PRIMAS Y COLORES

La materia prima más utilizada en las alfombras y moquetas que se consumen en Dinamarca es la fibra sintética, quedando solo un 10% del mercado para la moqueta de lana y un 40% para la alfombra de lana. En cuanto al sisal se advierte que los consumidores se quejan de lo difícil de su limpieza.

Los colores preferidos en el mercado son los claros y lisos, a juego con la iluminación tenue y el estilo minimalista dominante en Dinamarca. También son apreciadas las combinaciones de colores a juego y los diseños sencillos y geométricos.

La alfombra redonda no tiene mucho éxito por la dificultad que entraña el tenerla en exposición, aunque hemos podido constatar que en tiendas de mueble de segmento alto, sí que las ofrecen, combinadas con el mobiliario.

La alfombra redonda no tiene mucho éxito por la dificultad que entraña el tenerla en exposición, aunque hemos podido constatar que en tiendas de mueble de segmento alto, sí que las ofrecen, combinadas con el mobiliario.

En el mercado de contratas para moqueta se observa una guerra de precios en la que la fibra sintética sale beneficiada. El fabricante Dansk Wilton se dedica principalmente a contratas (barcos, hoteles, oficinas...).

La alfombra de estilo oriental o persa también se puede encontrar en Dinamarca, pero su distribución suele estar en manos de inmigrantes procedentes de los países productores del oriente medio y que actúan como importadores-distribuidores.

6. FERIAS MÁS IMPORTANTES DEL SECTOR

Las ferias locales más importantes para el sector son:

- Furniture and Textile (Estocolmo, en febrero)
- Scandinavian Furniture Fair (Copenhague, en mayo)
- Formland (interiorismo, en Herning, centro de la industria textil en Dinamarca). Es la mayor feria escandinava del sector, con alrededor de 20.000 visitantes tanto daneses como de extranjeros. Se realiza dos veces al año; a saber en febrero y agosto. Para mayor información, rogamos al lector visite la página de Internet de los organizadores.

Sin embargo de todos los contactos realizados se deduce que tanto fabricantes como importadores y distribuidores daneses acuden a DOMOTE X (Hannover), considerada como feria de referencia en el sector. También tiene algo de seguimiento HEIMTEXTIL (Hamburgo).

7. MÁRGENES COMERCIALES Y PRECIOS

Los márgenes comerciales y los precios dependen en gran medida del sistema de distribución utilizado, ya que a medida que hay más pasos intermedios entre el fabricante y el detallista, más se encarece el producto.

Si se utiliza el sistema más rápido y es el minorista o detallista el que compra directamente del fabricante, se multiplica por un factor de entre 2,1-2,5. Se puede llegar a un factor más elevado, según el producto.

Puede ocurrir, sin embargo, que haya más pasos en la comercialización. En este caso habría que ir añadiendo porcentajes al precio inicial del fabricante.

En primer lugar está el transporte, que puede incluir transporte internacional y distribución interna dentro del país. El porcentaje que se añade al precio es variable, ya que depende de los acuerdos que tenga suscritos el fabricante con la empresa con la que suele trabajar. Podríamos decir que ronda el 15%.

La comisión de los agentes daneses suele ser del 10% sobre artículos vendidos.

Para obtener el PVP hay que multiplicar por el factor antes mencionado (2,1-2,5) el precio de la alfombra puesta en el establecimiento comercial. Al resultado obtenido se le añadirá el 25% en concepto de IVA. De esta forma tendremos el PVP.

8. OPERATIVA DEL MERCADO

De las entrevistas realizadas podemos deducir que es aconsejable mantener contactos frecuentes con los principales distribuidores para conseguir introducirse en el mercado. Al menos cuatro visitas al año o contratando un agente en Dinamarca. Garant y Tæppeland reciben casi semanalmente a empresas o a asociaciones como UNIFAM, pero si la acción comercial se limita a esa visita es difícil conseguir entrar en el catálogo de estas empresas.

Pero si se logra entrar en alguno de estos distribuidores y se mantienen las condiciones de calidad y servicio acordadas, se puede decir que el cliente danés es muy fiel y estable. Probablemente hayamos conseguido un cliente para muchos años.

Puede ser interesante señalar el procedimiento de selección que sigue Garant. Este distribuidor envía tres o cuatro representantes a Domotex. Estos proceden a una selección de los modelos que consideran más interesantes y establecen contacto con los fabricantes para obtener muestras. Posteriormente reúnen a los directores de sus tiendas en la sede central y allí se toma la decisión sobre la colección que conformarán para la siguiente temporada. Por ello es importante "pasar el primer corte" y que nuestras alfombras estén al menos en la votación de los directores de tienda.

9. ASPECTOS INSTITUCIONALES DEL SUBSECTOR

- Normativa aduanera, sanitaria, etc.

Dinamarca como miembro de la Unión Europea, no presenta ninguna normativa específica para este sector en lo que a España se refiere, y se atiene por tanto, a lo dispuesto comúnmente por los Estados miembros.

10. DIRECCIONES DE INTERÉS

- UNIÓN TEXTIL DANESA (FORENINGEN FOR BOLIGTEKSTILHANDLERE I DANMARK)

H.C. Andersens Boulevard 48, DK-1553 København K

Tel.: +45 3312 1708

Fax: +45 3393 1708

E-mail: mail@dtu.com

- FEDERACIÓN DE FABRICANTES DE CONFECCION Y TEXTIL DANESA (DANSK TEXTIL OG BEKLÆDNING)

Birk Centerpark 38, DK-7400 Herning

Tel.: +45 9711 7200

Fax: +45 9711 7215

E-mail: info@textile.dk

Web: www.textile.dk

➤ Revistas

- TEXTIL

Sydvestej 49, DK-2600 Glostrup

Tel.: +45 4322 5000

Fax: +45 4322 5099

- INTERIEUR

NOVA KOMMUNIKATION A/S

Solvang 23, DK-3450 Allerød

Tel.: +45 4817 0078

Fax: +45 4817 1365

E-mail: info@interieur.dk

Web: www.interieur.dk

Se publica seis veces al año. Es un gran orientador de las tendencias del mercado danés; disponible en inglés.

➤ Salones y Exposiciones

FORMLAND

Centro de Exposiciones de Herning (Jutlandia)

Organiza: UNIT MECER A/S

Kongevejen 84, DK-2840 Holte

Tel.: +45 4542 5711

Fax: +45 4542 5245

E-mail: formland@unitmesser.dk

Web: www.formland.dk

BELLA CENTER A/S

Center Boulevard

2300-Copenhagen S

Tel.: +45 3252 8811

Fax: +45 3251 9636

E-mail: bc@bellacenter.dk

Web: www.bellacenter.dk

Otras direcciones:

Cancillería y Oficina Consular

Kristianiagade 21

DK-2100 Copenhagen Ø

Tel.: +45 3142 4700 y +45 3142 2266

Fax: +45 3126 3099

E-mail: embespdk@mail.mae.es

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España

Vesterbrogade 10, 3

DK-1620 Copenhagen V

Tel.: +45 3331 2210

Fax: +45 3321 3390

E-mail: copenhagen@mcx.es

Web: www.icex.es

Federación de Industrias Danesas

(Dansk Industri)

H.C. Andersens Boulevard 18

DK-1553 Copenhagen V

Tel.: +45 3377 3377

Fax: +45 3377 3300

E-mail: di@di.dk

Web: www.di.dk

Asociación de Agentes Comerciales

(Danish Association of Commercial Agents and Exclusive Distributors)

Børsen, Børsgade

DK – 1217 Copenhagen K

Tel.: +45 3314 4941

Fax: +45 3312 6981

E-mail: secretary@commercial-agents.dk

Web: www.commercial-agents.dk

Cámara Danesa de Comercio

(Det Danske Handelskammer)

Børsen – DK-1217 Copenhagen K

Tel.: +45 3395 0500

Fax: +45 3332 5216

E-mail: hts@hts.dk

Web: www.commerce.dk; www.hts.dk

Instituto Danés de Estadística

(Danmarks Statistik)

Sejrøgade 11

DK-2100 Copenhagen Ø

Tel.: +45 3917 3917

Fax: +45 3118 4801

E-mail: dst@dst.dk

Web: www.dst.dk; www.statbank.dk

Registro de empresas - D.G. de Negocios y Empresas

(Erhvervs- og Selskabsstyrelsen)

Kampmannsgade 1

DK-1780 Copenhagen V

Tel.: +45 3330 7700

Fax: +45 3330 7799

E-mail: eogs@eogs.dk

Web: www.eogs.dk

Oficina de Promoción de las Importaciones a Dinamarca

(The Danish Import Promotion Office)

Børsen

DK-1217 Copenhagen K

Tel.: +45 3395 0500

Fax: +45 3312 0525

E-mail: dipo@commerce.dk

Web: www.dipo.dk

11. BIBLIOGRAFÍA

- DANSK TEXTIL & BEKLÆDNING: "Danish Textile and Clothing" <http://www.textile.dk/>
- DANMARKS STATISTIK <http://www.dst.dk/>
- DANSK TEXTIL UNION – E-mail: mail@dtu.com

La información contenida en este documento tiene, solamente, un carácter orientativo, por lo que la Oficina Económica y Comercial de España (OFECOMES) Copenhague no asume responsabilidad alguna por su contenido. Se recomienda que antes de iniciar cualquier acción se confirme dicha información ya sea en esta misma OFECOMES o bien con el representante o importador correspondiente.

Para más información sobre este mercado se puede contactar con el Departamento de Bienes de Consumo de esta OFECOMES (+45 33 31 22 10 – copenhague@mcx.es) o con la Dirección Territorial de Comercio correspondiente. También se puede visitar la página web: <http://www.icex.es> o llamar a la Línea de Atención al Exportador del ICEX (+34 902 34 90 00).