

El mercado del mueble en Suecia

El mercado del mueble en Suecia

Este estudio ha sido realizado por Susana Montes bajo
la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estocolmo

Julio 2005

ÍNDICE

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
II. INTRODUCCIÓN	7
1. Subsectores relacionados	7
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	9
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	13
2. Análisis cualitativo	23
2.1. Producción	23
2.2. Obstáculos comerciales	24
IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO	26
1. Análisis cuantitativo	26
1.1. Canales de distribución	26
1.2. Esquema de la distribución	27
2. Análisis cualitativo	30
2.1. Estrategias de canal	30
2.2. Estrategias para el contacto comercial	31
2.3. Condiciones de acceso	32
2.4. Condiciones de suministro	32
2.5. Promoción y publicidad	32
2.6. Tendencias de la distribución	33
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	34
1. Tendencias generales del consumo	34
1.1. Factores sociodemográficos	34
1.2. Factores económicos	34
1.3. Distribución de la renta disponible	35
1.4. Tendencias sociopolíticas	36
1.5. Tendencias legislativas	36
2. Análisis del comportamiento del consumidor	36
2.1. Hábitos de consumo	36
2.2. Hábitos de compra	36
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	37
2.4. Preferencias	37
3. Percepción del producto español	37

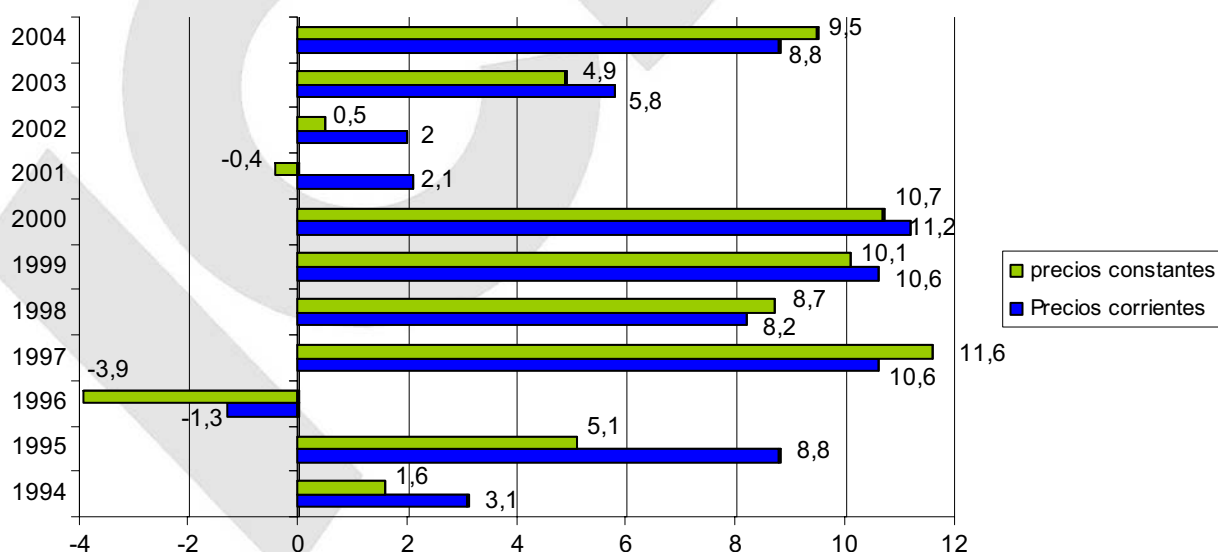
EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

VI. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	39
1. Índice de precios	39
2. Política de precios	40
VII. ANEXOS	42
1. Ferias del sector	42
2. Publicaciones y revistas del sector	44
3. Listado de direcciones de interés	48
3.1. De la industria del mueble	48
3.2. Direcciones generales	49
3.3. Locales de exposición de muebles, textil y diseño en Estocolmo	54
4. Bibliografía	61

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado del mueble en Suecia empieza a romper la tendencia negativa que había experimentado en los últimos años. Por un lado, el número de empresas del sector había disminuido un 10% en la última década; y por otro, el número de puntos de venta y empleados también se ha visto reducido. Sin embargo, a partir de 2004 dicha tendencia empieza a cambiar: con respecto al 2003, el número de empleados del sector ha aumentado un 18% y se han abierto 48 tiendas en el país. Además, hay que tener en cuenta que entre 1993 y 2004 el volumen de ventas del sector ha experimentado un crecimiento del 96% y la industria ha atravesado un proceso de reestructuración, aprovechando al máximo las ventajas de la producción a gran escala, no sólo en relación al aprovisionamiento, la logística y el almacenamiento, sino también en cuanto al marketing y la administración.

EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS EN EL COMERCIO DEL MUEBLE 1993-2004 (Precios constantes y precios corrientes)

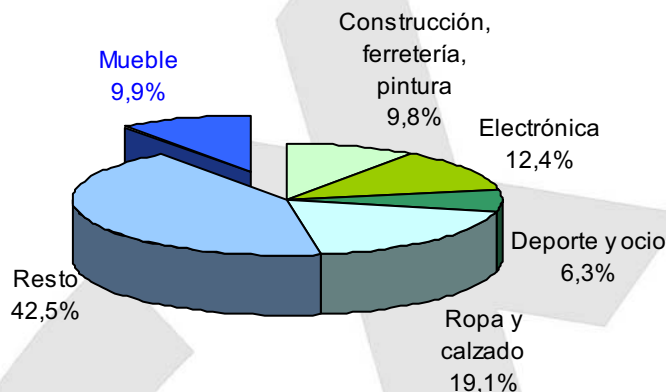


Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Aunque es demasiado pronto para considerar terminado el largo proceso de consolidación, las expectativas sobre la evolución del sector son en general positivas. Es uno de los sectores que ha experimentado más cambios en los últimos años. Dentro del comercio detallista en Suecia, el del mueble es el que ha mostrado una tendencia más positiva, llegando a representar casi el 10% del total de las ventas de bienes de uso duradero.

TAMAÑO DEL COMERCIO DEL MUEBLE EN RELACIÓN AL COMERCIO DE BIENES DE COMPRA POCO FRECUENTE EN 2004



Fuente: SCB

Hay una tendencia importante a la *deslocalización* de la producción en países de bajo coste y los nuevos competidores procedentes de países del Este de Europa y Asia ocupan ya las primeras posiciones en las importaciones de muchos artículos.

Cabe destacar que prácticamente el 60% de la producción local se exporta y las importaciones de mueble de hogar se sitúan en el 62%.

Una parte importante de los consumidores suecos están dispuestos a pagar un sobrepago por un producto de diseño, de alta calidad y respetuoso con el medio ambiente. Un buen ejemplo de ello es que casi una cuarta parte del mueble de hogar se vende en las tiendas especializadas. Sin embargo, la gran mayoría se vende a través de las grandes empresas y las cadenas de distribución detallista. De modo que el precio es un factor fundamental de competitividad, sobre todo en los productos de gamas medias.

Las mejores oportunidades de negocio pueden surgir de localizar y afianzarse en nichos de mercado a los que ofrecer productos muy específicos. Para ello sería fundamental encontrar un agente o importador que, no sólo cuente con contactos en el mercado, sino que pueda ofrecer, además, información sobre las tendencias, gustos o las adaptaciones que necesiten los productos para encajar mejor en este mercado. Ya que para los clientes suecos supondrá un menor riesgo trabajar a través de un intermediario local. Una de las mejores formas de establecer contactos comerciales es a través de las ferias internacionales del sector.

Para mantenerse en el mercado además es necesario ofrecer:

- ❖ Precios competitivos.
- ❖ Alta calidad, innovación y respeto por el medio ambiente.
- ❖ Garantía de entregas en tiempo y forma.
- ❖ Compromiso de colaboración y voluntad de cambio y adaptación a las sugerencias de mejoras en los productos.

También hay que tener en cuenta que dada la gran proximidad cultural y geográfica, es posible considerar el mercado nórdico en su conjunto.

I. INTRODUCCIÓN

1. SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente estudio tiene como objetivo proporcionar a las empresas españolas una visión general y práctica de la situación actual del mercado del mueble en Suecia.

El objeto de análisis de este estudio es el mueble para el hogar. De modo que, dentro de las partidas arancelarias 9401 (asientos, con exclusión de los de la partida 9402, incluso los transformables en cama, y sus partes) y 9403 (los demás muebles y sus partes), se han seleccionado únicamente aquellas partidas referentes a muebles para hogar. No está incluido el mobiliario de oficina, ni el más específico para medicina, veterinaria, peluquería o, por ejemplo, los muebles destinados a aeronaves civiles.

En concreto, dentro de la partida del Código Taric 94 (muebles, mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares, aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otros capítulos, anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos, y artículos similares, construcciones prefabricadas), se han seleccionado las siguientes partidas, por considerarse las más representativas del sector del mueble de hogar:

- ◆ Asientos.
 - ✧ De madera
 - Tapizados: 9401.61
 - Los demás: 9401.69
 - ✧ De metal
 - Tapizados: 9401.71
 - Los demás: 9401.79
 - ✧ De ratán, mimbre, bambú o materias similares: 9401.50.00
 - ✧ Transformables en cama: 9401.40
 - ✧ Los demás asientos: 9401.80
- ◆ Muebles de cocina: 9403.40
- ◆ Muebles de dormitorio
 - ✧ De madera: 9403.50

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

- ✧ De metal (camas): 9403.20.91
- ◆ Muebles de comedor: 9403.60.10
- ◆ Demás muebles
 - ✧ De madera: 9403.60.90
 - ✧ De metal: 9403.20.99
 - ✧ De plástico: 9403.70.90
 - ✧ De ratán, mimbre, bambú o materias similares: 9403.80

Para un mayor detalle de los productos comprendidos exactamente dentro de cada partida, puede visitar www.taric.es y acceder a netTaric, la base de datos del Arancel Integrado Europeo.

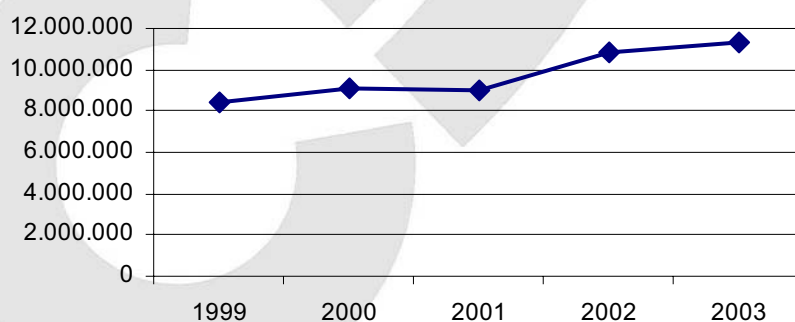
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

El mercado sueco del mueble es bastante importante en términos comparativos. Desde 1999 ha crecido a un ritmo medio del 6,5% cada año. El consumo de mobiliario para el hogar en Suecia a lo largo de 2003 fue de alrededor de 11.303 millones de coronas (SCB, 2005), un 4,4% más que en 2002. Así mismo, se corresponde con un 51% del consumo total de muebles, que en 2003 ascendió a 22.316 millones de coronas.

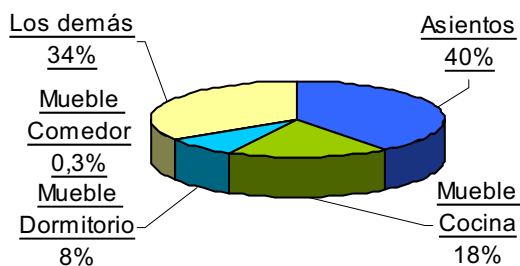
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO APARENTE DEL MUEBLE DE HOGAR
(Miles de SEK)



Fuente: SCB

Un 40% del valor de las ventas de mueble para el hogar lo constituyen las ventas de asientos en general. El siguiente grupo de productos más importante son los muebles de cocina, mientras que los muebles de comedor y dormitorio representan una parte muy pequeña del mercado. El grupo de productos “los demás” representa alrededor de un quinto de las ventas e incluye entre otros, muebles de plástico o mobiliario para el baño.

CONSUMO APARENTE DEL MUEBLE DE HOGAR EN 2003



Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Realizaremos una aproximación al tamaño del mercado sueco en base al Índice de Consumo Aparente. Sumando la producción interna y las importaciones y deduciendo las exportaciones, se obtiene, en principio, el consumo aparente, aunque hay que tener presente que no se tienen en cuenta las variaciones de existencias.

También hay que considerar que desde la entrada en la Unión Europea las cifras de comercio intracomunitario son enviadas al Instituto Sueco de Estadísticas por los propios importadores y exportadores y no por Aduanas. Las pequeñas compañías cuyo volumen anual de intercambios con otros miembros de la Unión Europea es inferior a 1,5 millones de SEK no necesitan enviar las estadísticas correspondientes.

Así mismo, hay que tener en cuenta que muchos datos no son publicados por Instituto Sueco de Estadísticas, por razones de confidencialidad, entre otras (sobre todo cuando existen grandes empresas que controlan el sector, como en el caso de IKEA).

También hay que tener en cuenta que en Suecia IKEA funciona como centro de reexportación a los países de su entorno y que, en menor escala, sucede lo mismo con EM, cuyas importaciones son en parte para las filiales finlandesas.

◆ Asientos.

Asientos de madera tapizados. 17% del consumo aparente de mueble de hogar (Miles de SEK)

Partida 940161	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	821.201	1.044.134	1.152.036	1.219.002	1.078.368	31,3%
+ Importaciones	892.269	1.048.774	1.111.680	1.272.066	1.441.211	61,5%
- Exportaciones	565.213	625.328	627.506	643.936	599.593	6,1%
Consumo Aparente	1.148.257	1.467.580	1.636.210	1.847.132	1.919.986	67,2%

Fuente: SCB

Asientos de madera, los demás. 1,6% (Miles de SEK)

Partida 940169	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	118.871	124.867	146.900	87.564	90.278	-24,1%
+ Importaciones	289.978	346.275	324.930	378.697	424.377	46,3%
- Exportaciones	267.084	285.459	269.819	310.486	339.273	27,0%
Consumo Aparente	141.765	185.683	202.011	155.775	175.382	23,7%

Fuente: SCB

Asientos de metal tapizados. 15,7% (Miles de SEK)

Partida 940171	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	2.295.797	2.048.610	1.922.108	1.996.835	1.899.577	-17,3%
+ Importaciones	69.430	107.645	151.710	164.192	135.241	94,8%
- Exportaciones	233.783	319.717	280.551	228.602	256.238	9,6%
Consumo Aparente	2.131.444	1.836.538	1.793.267	1.932.425	1.778.580	-16,6%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Asientos de metal, los demás. 1,6% (Miles de SEK)

Partida 940179	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	192.166	206.767	234.220	197.506	128.562	-33,1%
+ Importaciones	87.149	123.935	150.759	170.531	210.924	142,0%
- Exportaciones	96.029	100.799	111.569	135.517	162.826	69,6%
Consumo Aparente	183.286	229.903	273.410	232.520	176.660	-3,6%

Fuente: SCB

Asientos de ratán, mibre, bambú...0,2% (Miles de SEK)

Partida 94015000	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	269	205	29	0	0	-100,0%
+ Importaciones	25.640	25.312	34.606	34.594	37.430	46,0%
- Exportaciones	4.073	5.179	7.857	10.109	10.767	164,4%
Consumo Aparente	21.836	20.338	26.778	24.485	26.663	22,1%

Fuente: SCB

Asientos transformables en cama. 1,3% (Miles de SEK)

Partida 940140	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	87.869	99.651	87.352	90.788	94.993	8,1%
+ Importaciones	73.906	90.897	97.637	109.575	101.087	36,8%
- Exportaciones	61.560	58.922	45.909	37.582	50.980	-17,2%
Consumo Aparente	100.215	131.626	139.080	162.781	145.100	44,8%

Fuente: SCB

Asientos, los demás. 2,3% (Miles de SEK)

Partida 940180	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	99.236	119.235	135.430	168.875	191.611	93,1%
+ Importaciones	95.718	137.380	177.084	231.527	188.008	96,4%
- Exportaciones	87.042	87.483	126.829	151.499	116.866	34,3%
Consumo Aparente	107.912	169.132	185.685	248.903	262.753	143,5%

Fuente: SCB

◆ Muebles de cocina:

Muebles de cocina. 18,1% (Miles de SEK)

Partida 940340	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	1.650.799	1.659.920	1.851.719	2.213.894	2.220.831	34,5%
+ Importaciones	177.495	206.968	230.489	294.756	393.781	121,9%
- Exportaciones	478.778	482.121	512.852	564.957	571.131	19,3%
Consumo Aparente	1.349.516	1.384.767	1.569.356	1.943.693	2.043.481	51,4%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

◆ Muebles de dormitorio

Muebles de dormitorio. 7,3% (Miles de SEK)

Partida 940350	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	403.143	560.014	560.257	597.369	983.606	144,0%
+ Importaciones	315.256	326.076	251.089	295.938	318.729	1,1%
- Exportaciones	400.500	493.566	403.723	392.017	478.523	19,5%
Consumo Aparente	317.899	392.524	407.623	501.290	823.812	159,1%

Fuente: SCB

Camas. 0,5% (Miles de SEK)

Partida 94032091	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	53.414	50.637	58.934	50.237	41.312	-22,7%
+ Importaciones	55.330	47.540	60.427	60.052	63.885	15,5%
- Exportaciones	56.981	63.870	70.971	71.141	48.412	-15,0%
Consumo Aparente	51.763	34.307	48.390	39.148	56.785	9,7%

Fuente: SCB

◆ Muebles de comedor:

Muebles de comedor. 0,3% (Miles de SEK)

Partida 94036010	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	523.681	620.739	627.700	528.648	200.187	-61,8%
+ Importaciones	1.095.819	1.150.347	1.155.435	1.297.953	1.346.673	22,9%
- Exportaciones	1.242.649	1.362.939	1.497.737	1.516.362	1.511.953	21,7%
Consumo Aparente	376.851	408.147	285.398	310.239	34.907	-90,7%

Fuente: SCB

◆ Demás muebles

Demás muebles de madera. 26,9% (Miles de SEK)

Partida 94036090	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	3.322.031	3.207.883	2.857.102	3.350.056	3.135.625	-5,6%
+ Importaciones	499.360	549.500	645.018	767.799	948.308	89,9%
- Exportaciones	1.106.192	1.265.262	1.260.091	1.286.016	1.043.550	-5,7%
Consumo Aparente	2.715.199	2.492.121	2.242.029	2.831.839	3.040.383	12,0%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Los demás muebles de metal. 5%

(Miles de SEK)

Partida 94032099	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	350.960	872.461	844.736	1.036.756	1.181.458	236,6%
+ Importaciones	225.907	289.840	344.374	411.531	455.193	101,5%
- Exportaciones	888.244	931.683	1.094.441	1.038.859	1.067.574	20,2%
Consumo Aparente	-311.377	230.618	94.669	409.428	569.077	-282,8%

Fuente: SCB

Muebles de plástico. 2%

(Miles de SEK)

Partida 94037090	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	151.964	153.734	121.027	123.846	133.838	-11,9%
+ Importaciones	78.570	42.095	78.993	160.855	177.641	126,1%
- Exportaciones	113.081	108.055	100.035	125.344	87.676	-22,5%
Consumo Aparente	117.453	87.774	99.985	159.357	223.803	90,5%

Fuente: SCB

Muebles de ratán, mimbre, bambú... 0,2%

(Miles de SEK)

Partida 94038000	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento 1999-2003
Producción	6.850	5.554	5.693	0	0	-100,0%
+ Importaciones	38.556	51.291	66.433	60.919	65.937	71,0%
- Exportaciones	31.368	39.496	44.097	54.083	39.804	26,9%
Consumo Aparente	14.038	17.349	28.029	6.836	26.133	86,2%

Fuente: SCB

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

❖ Producción:

Suecia se ha especializado en el desarrollo de productos de madera y sus aplicaciones, combinando la calidad de su materia prima con la tecnología y un especial cuidado por el medio ambiente. El acceso a abundantes bosques, una “silvicultura ecológica” y la existencia de reservas crecientes de madera de calidad ofrecen unas condiciones muy favorables para la industria del procesamiento de la madera. Dicha industria se ha centrado en productos respetuosos con el medio ambiente, lo que le ha proporcionado una ventaja competitiva, ahora que existe una cada vez mayor preocupación por el reciclaje.

Gran parte de los productores suecos de mueble son relativamente pequeños, los 10 mayores elaboran únicamente el 30% del total de la producción nacional.

La industria del mueble está establecida principalmente en la región de Småland, en el sur de Suecia. Allí se encuentran las sedes de los grandes grupos internacionales de Suecia, como Tibro Kontorsmöbler AB, subsidiaria de Swedwood International AB del Grupo IKEA y las sucursales de compañías extranjeras como Frobo Forshaga AB (Compañía suiza de suelos) o Svedplan (del grupo danés de muebles Licentia Möbler AS). También están establecidos los principales fabricantes suecos incluyendo Scapa, ROL y Moving. Sin embargo, la mayoría de los productores son pequeñas empresas familiares.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

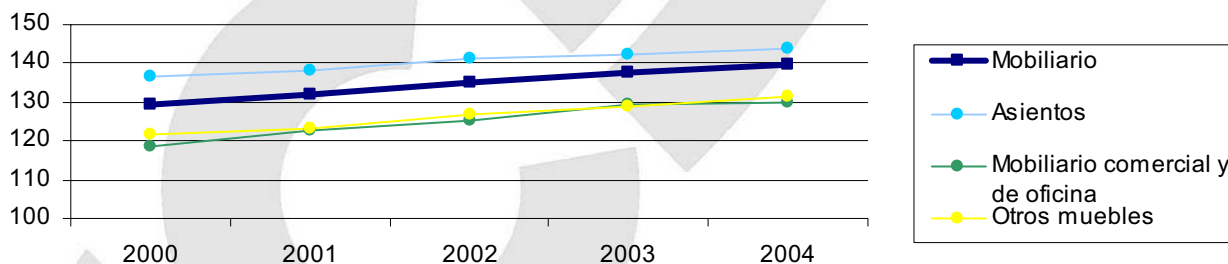
En concreto, Tibro, una pequeña localidad de 10.600 habitantes situada entre los dos mayores lagos de Suecia, el Vänern y el Vättern, se considera el “centro del mueble” en Suecia. Cuenta con alrededor de 80 unidades de producción de mueble y talleres de carpintería. Algunas producen de una forma prácticamente artesanal, pero en su mayoría se trata de industrias altamente mecanizadas. También se han establecido otras 25 compañías dedicadas al marketing y a las ventas y otras 15 conectadas con el sector servicios; todo centrado en torno a la industria del mueble. Las empresas suelen utilizar una consolidada red de subcontratistas y proveedores de componentes y otros productos complementarios.

Se produce una completa gama de mobiliario, en los más diversos estilos; desde muebles para el hogar o de oficina hasta suelos de madera, casas prefabricadas o proyectos especiales. Una parte importante de dicha producción se dirige al sector público, principalmente mobiliario de oficina y para los servicios de salud.

Las mayores empresas europeas fabricantes de muebles compran cada vez más en los países de Europa del Este. Por ello, los productores suecos han intentado sacar partido de esta situación estableciendo lazos de cooperación con empresas situadas en los países Bálticos y trasladando parte de sus procesos productivos a estos países de bajo coste, que suponen además un mercado potencial.

Por otro lado, el índice de precios de producción en Suecia ha mantenido una línea ascendente, con una variación media del 7,8% entre el 2000 y el 2004. Cabe destacar que los precios que han sufrido una menor variación han sido los correspondientes a asientos en general, con un 5,4%, mientras que los muebles de cocina, con el 10,9%, son los que han experimentado un mayor incremento.

ÍNDICE DE PRECIOS DE PRODUCCIÓN
(1990 = 100)



Fuente: SCB

❖ Exportaciones:

Las exportaciones de muebles suecos se han incrementado considerablemente en los últimos años y actualmente se sitúan en torno a un 60% de la producción total. Tradicionalmente las exportaciones se dirigían a Europa Occidental, principalmente los países nórdicos y Alemania. Pero cada vez son más las compañías que se están consolidando en mercados de Asia y Norte América.

El diseño, la calidad y marcas reconocidas han sido fundamentales para introducirse en los mercados extranjeros. De manera que, no sólo los muebles claros “estilo IKEA” continúan aumentando su popularidad, sino también reconocidos diseñadores contribuyen a consolidar la reputación del diseño sueco de mobiliario.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

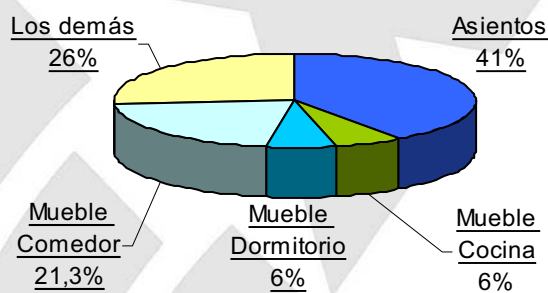
Muchas empresas pequeñas que han especializado su producción buscan cooperaciones con compañías mayores que les faciliten el acceso a otros mercados.

Las exportaciones de mueble de hogar a España alcanzaron poco más de 192 millones de SEK durante el 2003, un 14% más que en el 2002.

❖ Importaciones:

Las importaciones de mueble de hogar en los últimos cinco años se han incrementado considerablemente, a un ritmo medio del 10,6% cada año, llegando a los 6.300 millones de SEK en el 2003, (prácticamente el mismo importe que se exporta). Los productos que más se importan son los asientos, que representan el 41% del total de las importaciones. En concreto, los de madera tapizados que suponen un 22,8%, seguidos por los muebles de comedor, con un 21,3%.

IMPORTACIONES DE MUEBLE DE HOGAR EN 2003



Fuente: SCB

En los últimos años se han producido variaciones significativas en los proveedores. Cabe destacar el aumento de la cuota de los países del este de Europa, principalmente Polonia, en los productos de madera que tradicionalmente se importaban de los países del entorno, aunque Dinamarca sigue manteniendo una posición de liderazgo en muebles para cocina, con un 52% de la cuota, o para el comedor con un 25%. Sin embargo, en las importaciones de muebles de metal u otros materiales como ratán, mimbre o bambú son los países asiáticos con precios más competitivos los que han copado los primeros puestos del ranking.

La cifra de importaciones incluye en muchas ocasiones piezas producidas por empresas con capital sueco en el extranjero o con las que han establecido estrechos lazos de colaboración, de modo que controlan el diseño y el proceso productivo, así como los aspectos medioambientales de la fabricación.

También cabe mencionar que en algunos productos las posiciones en el ranking de países de los cuales se importa varía considerablemente si se toma como referencia el valor en coronas o si se toma en toneladas. Así, por ejemplo, en los asientos de madera, aunque en cuanto valor Finlandia ocupa el tercer lugar, en cuanto a toneladas, se sitúa en el octavo puesto, lo contrario de lo que ocurre con China; en los muebles de dormitorio de madera, Francia estaría en el puesto 11 considerando el valor de sus exportaciones, pero en el 4º, considerando su volumen. Y para la partida más general de “los demás asientos” aunque España no figura entre los 10 primeros exportadores de este tipo de mueble a Suecia, si tenemos en cuenta su volumen de exportaciones se situaría en el 10º lugar.

Las importaciones españolas de mueble de hogar fueron de 37,8 millones de SEK durante el 2003, un 6,2% más que en el 2002. Aunque el volumen importado disminuyó un 11,9% respecto a ese mismo año. Las partidas más importantes son las de asientos, cuyas importaciones en conjunto representan el 60,7% del total de mueble de hogar procedente de España, seguidos del mueble para comedor (10,7%) y el mueble de dormitorio (9,1%)

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

◆ Asientos.

✧ De madera

• Tapizados:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940161

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Polonia	302.841	308.065	377.975	468.330	427.186	30,24%	41,06%
2 China	19.706	26.128	48.033	73.950	164.613	11,65%	735,34%
3 Italia	201.053	196.334	216.346	191.047	143.266	10,14%	-28,74%
4 Finlandia	137.635	144.606	158.985	149.804	117.150	8,29%	-14,88%
5 Estonia	23.200	45.659	68.596	92.866	95.675	6,77%	312,39%
6 Noruega	132.910	142.290	94.578	101.256	95.642	6,77%	-28,04%
7 Dinamarca	29.485	38.814	84.060	81.008	74.544	5,28%	152,82%
8 Rumanía	12.068	20.171	32.161	55.728	70.682	5,00%	485,70%
9 Lituania	16.212	23.376	37.555	60.939	58.230	4,12%	259,18%
10 USA	43.698	23.609	16.426	23.971	27.400	1,94%	-37,30%
Total Top 10	918.808	969.052	1.134.715	1.298.899	1.274.388	90,21%	38,70%
20 España	6.479	8.406	6.447	8.524	5.490	0,39%	-15,26%
Resto	130.823	142.834	137.689	142.720	138.332	9,79%	5,74%
Total Importaciones	1.049.631	1.111.886	1.272.404	1.441.619	1.412.720	100,00%	34,59%

Fuente: SCB

• Los demás:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940169

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Dinamarca	8.965	29.764	30.181	45.492	56.398	13,18%	529,09%
2 Vietnam	41.693	10.392	21.918	29.852	48.544	11,34%	16,43%
3 Indonesia	53.924	56.922	47.510	43.626	45.577	10,65%	-15,48%
4 China	18.330	26.844	31.270	42.711	44.261	10,34%	141,47%
5 Malasia	33.766	24.186	39.953	43.767	35.223	8,23%	4,31%
6 Rumanía	24.501	29.021	29.350	25.459	23.903	5,58%	-2,44%
7 Lituania	19.078	21.335	25.476	25.165	21.543	5,03%	12,92%
8 Finlandia	8.197	6.937	18.494	20.070	18.414	4,30%	124,64%
9 Rusia	15.484	10.601	11.854	14.919	17.213	4,02%	11,17%
10 Bulgaria	4.769	5.605	7.790	7.999	14.255	3,33%	198,91%
Total Top 10	228.707	221.607	263.796	299.060	325.331	76,01%	42,25%
36 España	511	330	321	133	189	0,04%	-63,01%
Resto	117.690	103.864	115.074	125.949	102.673	23,99%	-12,76%
Total Importaciones	346.397	325.471	378.870	425.009	428.004	100,00%	23,56%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

✧ De metal

• Tapizados:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940171

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 China	9.934	9.105	14.200	31.951	35.484	24,51%	257,20%
2 Dinamarca	12.231	14.798	24.652	23.054	25.533	17,63%	108,76%
3 Italia	18.054	16.542	22.739	23.862	18.914	13,06%	4,76%
4 Finlandia	24.637	36.018	21.744	17.114	17.660	12,20%	-28,32%
5 Noruega	15.524	8.499	13.740	8.570	12.065	8,33%	-22,28%
6 Polonia	691	32.729	30.712	5.864	5.655	3,91%	718,38%
7 España	6.789	9.112	6.900	4.187	4.437	3,06%	-34,64%
8 Lituania	120	456	1.830	5.564	4.390	3,03%	3558,33%
9 Reino Unido	146	7.500	4.579	3.755	4.189	2,89%	2769,18%
10 Eslovenia	833	2	1.293	266	3.439	2,37%	312,85%
Total Top 10	88.959	134.761	142.389	124.187	131.766	91,00%	48,12%
Resto	18.686	16.980	21.803	11.085	13.037	9,00%	-30,23%
Total Importaciones	107.645	151.741	164.192	135.272	144.803	100,00%	34,52%

Fuente: SCB

• Los demás:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940179

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 China	34.304	50.467	64.249	93.830	105.309	46,58%	206,99%
2 Dinamarca	8.607	13.729	21.296	20.275	22.899	10,13%	166,05%
3 Italia	20.472	19.884	20.855	17.924	15.842	7,01%	-22,62%
4 Tailandia	7.033	8.441	10.814	16.324	12.242	5,41%	74,07%
5 Polonia	7.233	8.005	6.954	7.009	9.135	4,04%	26,30%
6 Vietnam	345	1.504	2.490	4.712	7.879	3,49%	2183,77%
7 Brasil	7.461	5.272	5.048	4.950	6.654	2,94%	-10,82%
8 Alemania	2.061	2.688	2.394	3.747	6.362	2,81%	208,69%
9 Rumanía	3.072	1.520	3.073	3.619	5.949	2,63%	93,65%
10 España	5.186	3.080	6.443	8.145	5.921	2,62%	14,17%
Total Top 10	95.774	114.590	143.616	180.535	198.192	87,67%	106,94%
Resto	28.301	36.649	26.915	30.389	27.885	12,33%	-1,47%
Total Importaciones	124.075	151.239	170.531	210.924	226.077	100,00%	82,21%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

✧ De ratán, mimbre, bambú o materias similares:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940150

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Indonesia	15.773	21.378	15.077	16.524	12.911	48,79%	-18,14%
2 Vietnam	3.402	5.691	9.380	6.040	4.265	16,12%	25,37%
3 Dinamarca	115	632	1.613	1.582	2.437	9,21%	2019,13%
4 Alemania	16	1.113	744	5.229	2.053	7,76%	12731,25%
5 Holanda	0	108	635	1.812	1.333	5,04%	...
6 China	1.950	3.122	3.530	1.811	940	3,55%	-51,79%
7 Malasia	772	657	728	1.422	704	2,66%	-8,81%
8 Filipinas	748	662	1.218	1.095	488	1,84%	-34,76%
9 Lituania	0	4	12	0	443	1,67%	...
10 Italia	280	199	397	761	264	1,00%	-5,71%
Total Top 10	23.056	33.566	33.334	36.276	25.838	97,65%	12,07%
18 España	30	0	27	31	26	0,10%	-13,33%
Resto	2.256	1.040	1.260	1.154	623	2,35%	-72,38%
Total Importaciones	25.312	34.606	34.594	37.430	26.461	100,00%	4,54%

Fuente: SCB

✧ Transformables en cama:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940140

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Polonia	59.376	56.040	53.943	37.490	25.230	25,97%	-57,51%
2 Lituania	91	683	1.069	20.866	20.052	20,64%	21935,16%
3 Dinamarca	848	486	40	3.390	13.066	13,45%	1440,80%
4 Rumanía	1.193	2.760	10.101	10.583	11.208	11,54%	839,48%
5 Bulgaria	3.156	5.170	2.986	6.794	10.453	10,76%	231,21%
6 Alemania	5.600	2.556	3.529	5.795	9.403	9,68%	67,91%
7 Turquía	1.799	7.224	14.508	7.764	3.507	3,61%	94,94%
8 Rep. Checa	137	115	2.624	2.276	1.216	1,25%	787,59%
9 China	283	2.740	6.391	857	770	0,79%	172,08%
10 Estonia	2.562	1.716	1.656	1.078	529	0,54%	-79,35%
Total Top 10	75.045	79.490	96.847	96.893	95.434	98,23%	27,17%
24 España	225	0	0	456	0	0,00%	-100,00%
Resto	15.861	18.147	12.728	4.194	1.717	1,77%	-89,17%
Total Importaciones	90.906	97.637	109.575	101.087	97.151	100,00%	6,87%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

✧ Los demás asientos:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940180 (Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Polonia	25.356	36.991	42.131	32.754	37.562	20,91%	48,14%
2 Dinamarca	10.423	46.806	84.645	50.112	25.074	13,96%	140,56%
3 China	3.428	5.461	8.734	7.770	21.051	11,72%	514,09%
4 Reino Unido	6.998	13.177	15.475	13.546	18.265	10,17%	161,00%
5 Italia	20.704	21.600	20.605	22.385	17.174	9,56%	-17,05%
6 Noruega	29.101	18.494	23.008	22.654	14.915	8,30%	-48,75%
7 Finlandia	923	1.559	5.211	3.675	8.300	4,62%	799,24%
8 Malasia	1.563	709	3.118	6.765	7.966	4,43%	409,66%
9 Holanda	4.720	4.262	8.184	4.618	3.995	2,22%	-15,36%
10 Lituania	129	2.361	1.224	2.692	3.726	2,07%	2788,37%
Total Top 10	103.345	151.420	212.335	166.971	158.028	87,97%	52,91%
26 España	228	1.878	2.403	1.463	316	0,18%	38,60%
Resto	34.041	25.664	19.192	21.037	21.606	12,03%	-36,53%
Total Importaciones	137.386	177.084	231.527	188.008	179.634	100,00%	30,75%

Fuente: SCB

◆ Muebles de cocina:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940340 (Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Dinamarca	102.443	104.586	154.381	204.806	266.921	57,47%	160,56%
2 Lituania	8.269	8.093	23.078	70.638	88.797	19,12%	973,85%
3 Italia	16.292	27.319	20.752	39.100	29.147	6,28%	78,90%
4 Alemania	15.406	22.293	19.807	17.861	20.693	4,46%	34,32%
5 Polonia	4.905	7.927	8.135	9.131	9.653	2,08%	96,80%
6 Finlandia	18.545	20.516	14.411	11.580	9.599	2,07%	-48,24%
7 Noruega	15.031	9.304	5.987	6.275	6.251	1,35%	-58,41%
8 China	81	431	3.155	6.261	5.032	1,08%	6112,35%
9 Francia	4.918	6.197	5.990	6.529	5.021	1,08%	2,09%
10 Estonia	5.003	8.073	5.793	5.569	3.625	0,78%	-27,54%
Total Top 10	190.893	214.739	261.489	377.750	444.739	95,76%	132,98%
28 España	45	575	521	184	202	0,04%	348,89%
Resto	16.088	15.751	33.266	16.154	19.679	4,24%	22,32%
Total Importaciones	206.981	230.490	294.755	393.904	464.418	100,00%	124,38%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

◆ Muebles de dormitorio

✧ De madera:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940350

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 Lituania	10.397	16.319	35.896	62.251	105.207	28,34%	911,90%
2 Dinamarca	57.478	44.538	67.249	60.650	86.961	23,42%	51,29%
3 Polonia	38.906	23.750	43.891	55.727	61.024	16,44%	56,85%
4 China	10.329	5.387	10.306	13.380	15.650	4,22%	51,52%
5 Noruega	46.839	34.677	16.531	18.694	13.484	3,63%	-71,21%
6 Estonia	6.529	11.052	12.699	14.556	13.193	3,55%	102,07%
7 Finlandia	19.339	15.922	7.886	11.787	10.056	2,71%	-48,00%
8 Italia	11.988	7.791	9.186	12.040	9.190	2,48%	-23,34%
9 Rusia	3.170	2.020	1.266	1.783	8.675	2,34%	173,66%
10 Rumanía	16.971	8.262	12.998	11.271	8.029	2,16%	-52,69%
Total Top 10	221.946	169.718	217.908	262.139	331.469	89,28%	49,35%
17 España	7.119	4.685	4.182	3.439	2.300	0,62%	-67,69%
Resto	104.268	81.424	78.076	56.599	39.781	10,72%	-61,85%
Total Importaciones	326.214	251.142	295.984	318.738	371.250	100,00%	13,81%

Fuente: SCB

✧ De metal (camas):

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 94032091

(Miles de SEK)

	1999	2000	2001	2002	2003	% sobre el total 03	% variación 1999-2003
1 China	8.965	16.190	32.449	27.706	28.682	44,90%	219,93%
2 Letonia	0	0	4	0	9.386	14,69%	...
3 Dinamarca	16.837	54	4.854	9.944	8.737	13,68%	-48,11%
4 Italia	2.504	2.612	2.348	3.838	4.289	6,71%	71,29%
5 Lituania	0	0	0	0	1.893	2,96%	...
6 Bulgaria	0	1.567	1.512	6.061	1.787	2,80%	...
7 Reino Unido	144	88	166	2	1.780	2,79%	1136,11%
8 Alemania	433	659	1.064	1.473	1.559	2,44%	260,05%
9 Hongkong	41	1.706	2.040	2.603	1.529	2,39%	3629,27%
10 Holanda	460	32	204	1.733	1.297	2,03%	181,96%
Total Top 10	29.384	22.908	44.641	53.360	60.939	95,39%	107,39%
13 España	21	0	636	275	413	0,65%	1866,67%
Resto	25.946	24.632	15.786	6.692	2.946	4,61%	-88,65%
Total Importaciones	55.330	47.540	60.427	60.052	63.885	100,00%	15,46%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

◆ Muebles de comedor:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 94036010

(Miles de SEK)

	1999	2000	2001	2002	2003	% sobre el total 03	% variación 1999-2003
1 Dinamarca	210.893	171.427	208.359	317.564	331.078	24,58%	56,99%
2 Polonia	141.832	188.239	180.587	224.230	204.051	15,15%	43,87%
3 Lituania	23.783	26.234	63.286	107.088	127.032	9,43%	434,13%
4 Finlandia	60.697	61.774	78.108	85.249	106.672	7,92%	75,75%
5 China	19.225	37.400	49.143	53.409	105.452	7,83%	448,51%
6 Alemania	141.608	132.481	108.882	112.638	103.182	7,66%	-27,14%
7 Italia	64.181	54.929	44.992	57.742	66.502	4,94%	3,62%
8 Rumanía	52.129	73.616	75.045	59.104	34.194	2,54%	-34,41%
9 Rep. Checa	23.837	30.307	30.731	30.760	30.617	2,27%	28,44%
10 Indonesia	19.102	22.373	21.455	28.928	26.250	1,95%	37,42%
Total Top 10	757.287	798.780	860.588	1.076.712	1.135.030	84,28%	49,88%
29 España	1.220	2.640	2.733	3.820	4.059	0,30%	232,70%
Resto	338.532	351.567	294.847	221.241	211.643	15,72%	-37,48%
Total Importaciones	1.095.819	1.150.347	1.155.435	1.297.953	1.346.673	100,00%	22,89%

Fuente: SCB

◆ Demás muebles

◇ De madera:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 94036090

(Miles de SEK)

	1999	2000	2001	2002	2003	% sobre el total 03	% variación 1999-2003
1 Dinamarca	158.145	109.352	154.123	182.364	194.323	20,49%	22,88%
2 Polonia	43.361	66.072	73.289	98.716	154.774	16,32%	256,94%
3 Lituania	4.933	24.193	26.076	46.466	73.721	7,77%	1394,45%
4 Holanda	21.453	28.655	22.789	33.048	46.729	4,93%	117,82%
5 China	4.616	11.480	17.981	33.155	46.248	4,88%	901,91%
6 Italia	44.705	20.282	35.645	45.381	45.537	4,80%	1,86%
7 Eslovaquia	3.964	14.851	25.729	42.245	41.937	4,42%	957,95%
8 Indonesia	20.348	31.592	44.189	34.449	41.929	4,42%	106,06%
9 Alemania	15.665	17.251	21.243	35.911	41.417	4,37%	164,39%
10 Estonia	23.832	28.852	41.825	43.703	40.421	4,26%	69,61%
Total Top 10	341.022	352.580	462.889	595.438	727.036	76,67%	113,19%
26 España	2.177	1.719	1.336	1.619	2.842	0,30%	30,55%
Resto	158.338	196.920	182.129	172.361	221.272	23,33%	39,75%
Total Importaciones	499.360	549.500	645.018	767.799	948.308	100,00%	89,90%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

✧ De metal:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 94032099

(Miles de SEK)

	1999	2000	2001	2002	2003	% sobre el total 03	% variación 1999-2003
1 China	13.647	33.022	43.781	52.711	89.529	19,67%	556,03%
2 Noruega	37.520	53.669	79.176	86.303	76.672	16,84%	104,35%
3 Dinamarca	18.915	22.963	32.441	43.842	59.173	13,00%	212,84%
4 Alemania	16.355	18.668	32.316	39.333	48.413	10,64%	196,01%
5 Polonia	16.278	19.807	26.556	24.202	22.698	4,99%	39,44%
6 Holanda	6.894	13.716	7.135	23.382	20.777	4,56%	201,38%
7 Italia	29.833	23.082	16.375	16.595	20.481	4,50%	-31,35%
8 Eslovaquia	8.397	12.280	11.967	18.250	13.064	2,87%	55,58%
9 Taiwan	12.860	13.798	15.007	12.316	12.412	2,73%	-3,48%
10 Finlandia	13.375	10.561	11.596	26.184	11.824	2,60%	-11,60%
Total Top 10	174.074	221.566	276.350	343.118	375.043	82,39%	115,45%
25 España	957	5.600	4.590	840	1.021	0,22%	6,69%
Resto	51.833	68.274	68.024	68.413	80.150	17,61%	54,63%
Total Importaciones	225.907	289.840	344.374	411.531	455.193	100,00%	101,50%

Fuente: SCB

✧ De plástico:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 94037090

(Miles de SEK)

	1999	2000	2001	2002	2003	% sobre el total 03	% variación 1999-2003
1 Dinamarca	34.613	6.332	31.868	84.613	88.990	50,10%	157,10%
2 Holanda	1.281	2.927	4.730	11.429	16.960	9,55%	1223,97%
3 Italia	14.714	16.709	16.381	16.416	15.408	8,67%	4,72%
4 Israel	998	1.256	2.050	3.551	11.555	6,50%	1057,82%
5 China	861	928	5.465	6.092	7.846	4,42%	811,27%
6 Alemania	5.097	2.646	3.513	3.133	6.176	3,48%	21,17%
7 Reino Unido	655	436	1.380	4.167	5.806	3,27%	786,41%
8 Bulgaria	0	6	8	2.755	5.788	3,26%	...
9 Polonia	0	5	2.119	6.503	4.845	2,73%	...
10 Francia	2.121	1.678	1.544	1.926	4.317	2,43%	103,54%
Total Top 10	60.340	32.923	69.058	140.585	167.691	94,40%	177,91%
12 España	159	919	1.721	595	1.455	0,82%	815,09%
Resto	18.230	9.172	9.935	20.270	9.950	5,60%	-45,42%
Total Importaciones	78.570	42.095	78.993	160.855	177.641	100,00%	126,09%

Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

✧ De ratán, mimbre, bambú o materias similares:

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 940380

(Miles de SEK)

	2000	2001	2002	2003	2004	% sobre el total 04	% variación 2000-2004
1 China	7.896	9.368	9.857	11.263	16.537	25,10%	109,44%
2 Taiwan	5.478	4.667	6.083	10.682	12.392	18,81%	126,21%
3 Vietnam	5.988	12.590	11.620	7.468	8.611	13,07%	43,80%
4 Indonesia	3.408	7.026	8.912	8.753	5.889	8,94%	72,80%
5 Polonia	1.518	693	1.052	4.767	5.418	8,22%	256,92%
6 Dinamarca	9.806	9.509	3.993	3.534	3.837	5,82%	-60,87%
7 Alemania	705	868	1.482	3.923	2.715	4,12%	285,11%
8 Italia	2.924	4.258	4.000	2.542	2.292	3,48%	-21,61%
9 España	394	1.439	1.159	1.409	1.463	2,22%	271,32%
10 Rep. Checa	0	253	0	1.312	1.280	1,94%	...
Total Top 10	38.117	50.671	48.158	55.653	60.434	91,71%	58,55%
Resto	13.174	15.762	12.761	10.284	5.462	8,29%	-58,54%
Total Importaciones	51.291	66.433	60.919	65.937	65.896	100,00%	28,47%

Fuente: SCB

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

El diseño y la calidad son los factores cruciales de competitividad y son muchas las empresas suecas que cuentan con reconocimiento internacional. Los estilos *Swedish Grace* y *Swedish Modern* se hicieron famosos por su simplicidad y espíritu práctico. Se puede hablar de un estilo elegante y moderado, caracterizado por el uso de una paleta de colores claros y el respeto por los materiales naturales.

El concepto del funcionalismo sueco, se basa en tres componentes: belleza para todos, objetos cotidianos más estéticos y la estrecha colaboración de los artistas con el sector industrial.

Por un lado, la idea de IKEA de ofrecer soluciones asequibles para una mayor calidad de vida ha triunfado en todo el mundo, ya que ha conseguido que el “*Swedish modern*” llegue a la familia media. Aunque la mayor parte del mobiliario sueco se ajusta a este concepto, los productores trabajan con un amplio rango de diseños, artículos y componentes. IKEA ha sido también pionera en la venta de artículos para montar en casa, de modo que introduce al cliente final en la cadena de valor de la producción.

Por otro, diseñadores como Carl Malmsten, Josef Frank y Bruno Mathsson han contribuido a la reputación internacional del mueble de diseño sueco. Actualmente, Suecia se ha posicionado como tercer referente del mundo en el diseño internacional tanto de productos como de espacios interiores, sólo después de Italia y Gran Bretaña. Especialmente la capital sueca, Estocolmo, se ha convertido en un punto de encuentro importante para el diseño internacional, comparable en algunos aspectos con metrópolis del diseño tales como Londres y Milán. La Feria del Mueble de Estocolmo, que se celebra todos los años en febrero, se ha revelado como el tercer evento del diseño internacional más importante de Europa.

Sin embargo, cabe señalar que muchas de las empresas suecas productoras de mueble, aunque hayan conseguido incrementar sus ventas con respecto a años anteriores, no han conseguido obtener beneficios.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

La competencia es cada día más dura y las empresas locales tienen que enfrentarse a productos de bajo precio producidos en otros países o invertir en marketing y servicios añadidos para mantenerse en su nicho de mercado. Algunas empresas se han visto obligadas incluso a cerrar y son muchas las que han trasladado parte de sus procesos productivos a países de menor coste o que trabajan con subcontratas convirtiéndose en meros ensambladores.

2.2. Obstáculos comerciales

La comercialización de muebles en Suecia no obliga al cumplimiento de estándares de calidad exclusivos para el mercado sueco, siendo suficientes los estándares europeos EN o ISO. Sin embargo, la industria del mueble de Suecia ha desarrollado un estándar de calidad propio para todos los tipos de mueble denominado Möbelfakta.

El testado de muebles para este conjunto de parámetros de calidad lo pueden realizar diferentes instituciones internacionales reconocidas por el Instituto de Desarrollo de la Industria del Mueble (Möbel Industrins Utveckling i Stockholm AB). En Suecia el SP, Swedish National Testing and Research Institute, es la única institución reconocida para esta tarea.

Möbelfakta es un sistema voluntario de control y verificación de calidad que data de los años 70, pero que actualmente está adaptado a los estándares europeos EN. En caso de que éstos no existan, el sistema se adapta a los estándares ISO. Pese a no ser obligatorio, muchas de las compras de muebles realizadas por organismos estatales lo exigen.

El símbolo Möbelfakta se acompaña de una declaración de respeto medioambiental donde se detallan el tipo de materiales usados, emisiones contaminantes resultantes del proceso productivo, política medioambiental del fabricante, presencia de agentes químicos o materiales clasificados, etc.

Además, cada pieza de mobiliario así certificada cuenta con una etiqueta individual Möbelfakta, que debe incluir información que identifique al titular del certificado, uso al que está destinado el producto y fecha de fabricación. Debe estar colocada de modo permanente (cosida, pegada o estampada) en un lugar discreto, pero no oculta. La etiqueta deja espacio para el nombre del productor, logotipo y otras referencias.

Para solicitar un certificado Möbelfakta el solicitante debe primero dirigirse a una institución reconocida de testado, que hará las pruebas necesarias. A continuación deberá enviar al MUAB (Furniture Industry Development AB), la siguiente documentación:

- Solicitud completa del certificado Möbelfakta
- Resultados de las pruebas superadas, realizados por una institución autorizada.
- Declaración de respeto medioambiental cubierta según especificaciones.
- Descripción detallada y fotografía del mueble.

El certificado Möbelfakta tiene una validez de cinco años y faculta al solicitante a usarlo en todas sus actividades de marketing. La realización de controles periódicos asegura que estos muebles siguen cumpliendo los estándares de calidad exigidos.

El Instituto de Desarrollo de la Industria del Mueble que pertenece a la Asociación sueca de la Industria del Mueble (TMF) es el responsable de tramitar y emitir los certificados de calidad Möbelfakta.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

El Instituto Nacional de Investigación y Testado es el encargado de la certificación tradicional de productos (marcado CE y marcado P, de acuerdo con parámetros propios de testado), certificación medioambiental (ISO 14001, EMAS y EPD), sistemas de calidad (ISO 9000, QS 9000 y Directivas de la UE) y entorno laboral (National Board of Occupations Safety and Health's Code of Statutes AFS 2001:1)

Para el testado de los productos en España se puede acudir a AIDIMA (Asociación de Investigación y Desarrollo en la Industria del Mueble y Afines) en Valencia, reconocido en Suecia: www.aidima.es

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

La distribución del mueble en Suecia está bastante concentrada. El principal canal de venta de mueble es a través de grandes compañías o cadenas de detallistas, que centralizan aproximadamente el 80% de las compras de gama media. Las grandes compañías importan directamente sus productos y en el caso de IKEA cuenta incluso con oficinas de compras en aquellos países estratégicos o de los que más productos importa. Las cadenas funcionan como centrales de compras e importan a través de la oficina principal que se encarga de la distribución a las tiendas de todo el país.

También existe un considerable número de pequeñas tiendas independientes que han ido adquiriendo una mayor importancia en los últimos años. Se trata de tiendas que no pertenecen a dichas cadenas, que cuentan con una considerable cuota de mercado y están enfocadas principalmente a productos más selectos y de gama alta. Para este tipo de productos, en muchas ocasiones, aparece la figura del *prescriptor*, es decir, arquitectos y decoradores de interior que aconsejan sobre productos específicos y que incluso compran directamente de estas tiendas especializadas. Dichas tiendas, sin embargo, apenas importan directamente sus productos. Las importaciones suelen realizarlas a través de importadores consolidados. Cabe destacar que, en los últimos años, se han abierto nuevas tiendas, principalmente situadas en los centros de las pequeñas ciudades, en donde a las grandes cadenas no les compensa abrir ya que necesitan de unas dimensiones (media de 3.000 m²) que no se corresponderían con la demanda local.

En Suecia trabajan unos 30 importadores especializados en el sector del mueble y pertenecen en su mayoría a MIBO, la Organización de Importadores de Mueble sueca, que cuenta con 26 miembros. Esta organización vela por los intereses de los importadores, reforzando sus posiciones mediante un frente común en ferias o en los contactos con los consumidores. A su vez, MIBO es miembro de Sveriges Möbelhandlare, la Asociación Sueca de Detallistas del Mueble, de la que son miembros unos 290 detallistas.

También existe un canal alternativo que es el utilizado por tiendas especializadas en muebles de diseño y *vintage*. Estas tiendas se dirigen en la mayoría de los casos al diseñador e importan directamente los productos, o participan en subastas internacionales para adquirir piezas únicas.

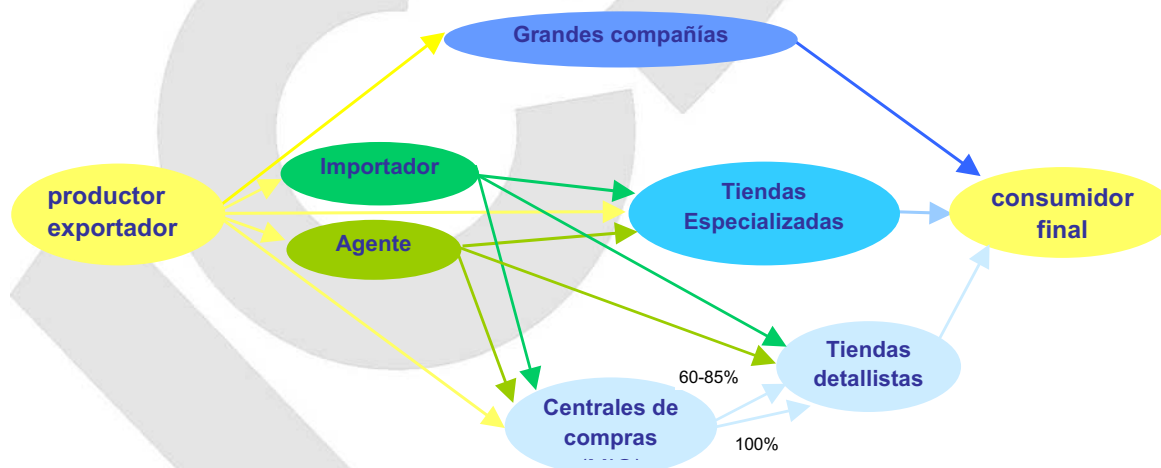
EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

1.2. Esquema de la distribución

Las opciones para un exportador extranjero de vender mueble en Suecia son básicamente tres:

- ❖ La primera, y probablemente la más sencilla, es *vender directamente* a una gran compañía, como IKEA, que importe directamente sus productos; o en el caso de que se trate de productos muy exclusivos, dirigirse directamente a las tiendas especializadas del sector. Una de las principales formas para establecer dichos contactos es a través de las principales ferias internacionales del sector.
- ❖ Otra opción es dirigirse a una cadena de detallistas, como MIO, que compran a través de su *central de compras*. Estas cadenas, sin embargo, también adquieren parte de sus productos de importadores independientes o de agentes. Pero únicamente las tiendas de reducidas dimensiones venden artículos adquiridos en su totalidad de las centrales de compras. Se estima que las de mayor tamaño suelen adquirir un 20-35% de sus productos de agentes o importadores, para completar su gama.
- ❖ Y, por último, tratar de localizar un *importador o agente* que se ajuste a sus necesidades. Las comisiones de los agentes suelen estar en torno al 10% según la Asociación Sueca de Agentes, dependiendo del tipo de productos y de representación. En el caso de los importadores los márgenes son negociables. En la mayoría de los casos, al tratarse de un mercado relativamente pequeño, los representantes esperan un acuerdo de exclusividad, a menos que se trate de alguna de las cadenas de muebles. Suelen trabajar con una gama especializada de productos y normalmente de uno o dos países de procedencia, aunque pueden vender a varias compañías suecas si el producto tiene aceptación.

ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN DEL MUEBLE EN SUECIA



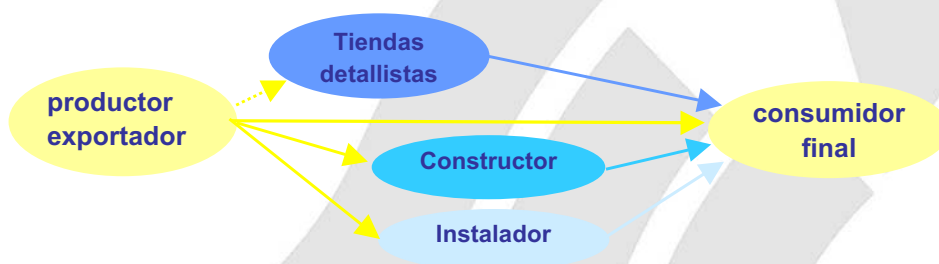
Fuente: Elaboración propia

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

En la distribución de los muebles de cocina hay que distinguir entre los artículos como mesas y sillas, que se puedan adquirir en las tiendas de mueble de hogar o los muebles de cocina propiamente dichos, cuya distribución se lleva a cabo a través de un canal diferente, el del mercado *contract* de muebles. En la mayoría de los casos las cocinas se adquieren al comprar la vivienda, por lo que será el constructor el encargado de su adquisición y el responsable de cara al cliente final.

En el mercado de reposición, en ocasiones es el cliente final quien se dirige a los *showrooms* (o grandes empresas como IKEA, que también cuentan con mobiliario de cocina) de los productores, pero generalmente acude a un carpintero, que actúa como intermediario, para su instalación y es éste el que adquiere en primer término la cocina.

ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN DEL MUEBLE DE COCINA EN SUECIA



Fuente: Elaboración propia

En relación al sector público, también se mueve a través del mercado *contract*, básicamente “business to business”, con contratos a largo plazo, ya que se trata de un mercado en el que no se cambia con frecuencia de estilo y se mantiene a lo largo de muchos años.

1.3. Principales distribuidores

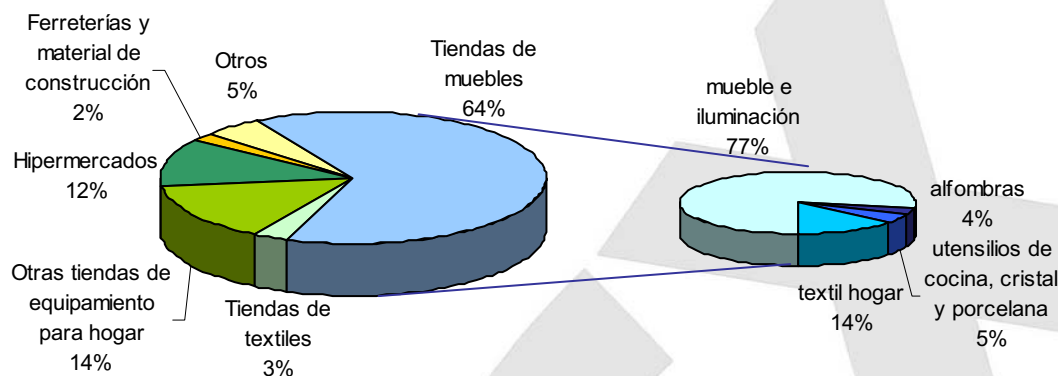
IKEA Svenska Försäljnings AB, con 13 puntos de venta, es el líder indiscutible del mercado del mueble en Suecia. Es la más importante de las grandes compañías, seguida de la central de compras de mueble MIO AB, que emplea alrededor de 1000 trabajadores y cuenta con 70 tiendas distribuidas a lo largo del país. Otras cadenas importantes son: EuropaMöbler AB (EM) con cerca de 70 tiendas en Suecia y Finlandia; Svenska Hem AB con 43 grandes tiendas y Moblemästarna AB con 34.

Cabe destacar que, en los últimos años, cadenas de detallistas del mueble de países vecinos han abierto numerosas tiendas en Suecia o se han asociado con empresas suecas del sector. La empresa danesa Jysk Bæddelager ya cuenta con casi 100 tiendas y una considerable cuota de mercado; y la principal compañía noruega Skeidar AB, es actualmente parte de MIO.

También hay que considerar que ciertas cadenas de materiales de construcción como Bauhaus o K-Rauta, venden mobiliario para exteriores y que grandes almacenes como Åhlens o NK cuentan con un departamento de mobiliario. Además, es posible encontrar cierto tipo de mobiliario en hipermercados o en tiendas equipamiento para el hogar.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

VENTA DE MUEBLE Y DECORACIÓN EN EL COMERCIO DETALLISTA EN 2004



Fuente: Sveriges Möbelhandlare

Del mismo modo, las grandes superficies dedicadas a la venta de mueble han diversificado sus productos, tratando de ofrecer al consumidor una gama lo más completa posible de equipamiento de hogar. Así, además de una gran variedad de muebles, se pueden encontrar artículos de ferretería o textil hogar, entre otros. En muchas ocasiones también cuentan en sus instalaciones con cafeterías. No es el caso de las pequeñas tiendas especializadas, en las que es posible encontrar algún artículo de decoración, pero básicamente ofrecen a sus clientes mueble de hogar.

VOLUMEN DE VENTAS DEL COMERCIO DE MUEBLE POR TIPO DE PRODUCTOS EN 2004

(Miles de SEK, IVA incluido)

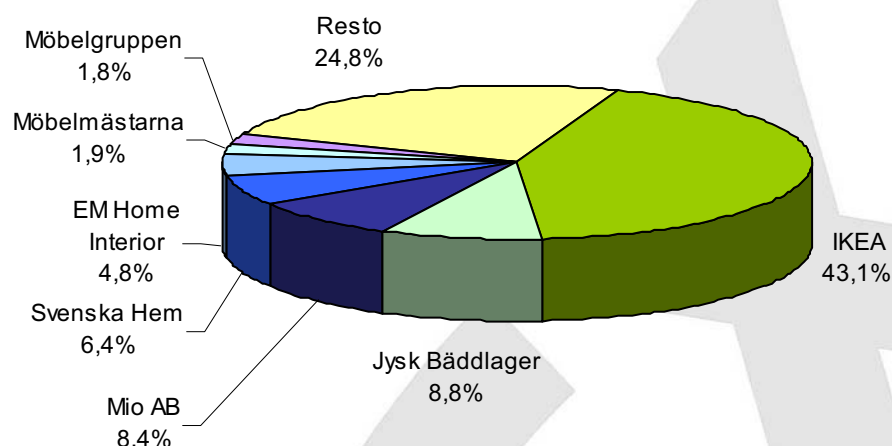
Mueble y decoración	22.761	90,0%
Textiles	72	0,3%
Línea blanca	24	0,1%
Ferretería y materiales de construcción	264	1,0%
Alimentación y bebida	144	0,6%
Otros	720	2,8%
Total vendido a particulares	23.985	94,8%
Ventas a empresas y organizaciones	1.316	5,2%
Total ventas del comercio de mueble	25.301	100,0%

Fuente: Sveriges Möbelhandlare

Aunque se trata de un porcentaje pequeño, también hay que mencionar que parte del mueble vendido en este tipo de establecimientos es para empresas y organizaciones, que no se limitan al mercado *contract* en la adquisición de sus productos, sobre todo cuando se trata de pequeñas cantidades.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

CUOTAS DE MERCADO EN EL 2004



Fuente: Möbler & Miljö/ SCB

Aunque IKEA abarca casi la mitad del mercado y las cadenas de mueble representan el 23,3%, hay que tener en cuenta que las tiendas especializadas que forman el resto venden mayoritariamente muebles, mientras que tanto IKEA como las cadenas incluyen en su catálogo otros productos de decoración de interior y para jardín. Por otro lado, exceptuando IKEA, cuya cuota ha crecido un 2,1%, los demás se han mantenido o experimentado un ligero descenso, lo que hace pensar que son las pequeñas tiendas las que están ganando terreno. Son éstas las que han experimentado los mayores crecimientos en su volumen de negocios. Además, en conjunto representan un porcentaje considerable y emplean a más de dos tercios de los trabajadores del sector.

NÚMERO DE PUNTOS DE VENTA Y NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL COMERCIO DEL MUEBLE. 2004

Empleados por empresa	Numero de puntos de venta		Número de empleados	
	Nº	%	Nº	%
0	747	40,3	0	--
1 a 4	595	32,1	1.382	14,4
5 a 9	366	19,7	2.346	24,4
10 a 19	101	5,4	1.332	13,9
20 a 49	31	1,7	955	9,9
50 a 99	0	--	--	--
100 a 199	7	0,4	1.119	11,7
200 a 499	6	0,3	1.817	18,9
más de 500	1	0,1	650	6,8
Total	1.854	100,0	9.601	100,0

Fuente: Sveriges Möbelhandlare/ SCB

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Un exportador tiene que considerar, en función a los productos que ofrece y sus capacidades (aprovisionamiento, marketing...) cómo entrar en el mercado y cómo mantenerse y establecer una relación a largo plazo con su potencial cliente sueco.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

En el caso de productos diferenciados, en los que el consumidor pueda percibir un valor añadido por el que esté dispuesto a pagar un precio mayor, la mejor manera de introducirse en el mercado es a través de un agente o importador, que ya cuentan con contactos y conocen a fondo el mercado. Los importadores suecos suelen estar interesados en encontrar nuevos productos y proveedores. Colaboran estrechamente con los exportadores a los que ofrecen tanto información del mercado como tendencias de diseño. Por ello es muy importante que el exportador, además de garantizar una alta calidad de sus productos, esté dispuesto a colaborar a su vez con el importador, aceptando, por ejemplo, sugerencias sobre los productos para su mejor adaptación al mercado sueco.

Resulta más complicado introducirse en el mercado cuando se trata de productos de gama media, ya que la competencia es cada vez mayor y los precios juegan un papel muy importante. Las importaciones de este tipo de productos proceden en su mayoría de países de bajo coste, como el este de Europa o Asia. Las grandes compañías y cadenas compran cantidades considerables por lo que su poder de negociación es mayor. Por lo tanto, es fundamental ofrecer precios competitivos y garantizar una total fiabilidad en las entregas.

Para productos específicos de diseñadores de renombre o marcas reconocidas la opción más factible es dirigirse directamente a las tiendas especializadas del sector.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Las empresas suecas no cambian fácilmente de proveedores y muchas de sus relaciones comerciales se han mantenido durante décadas. Esto beneficia a los exportadores que ya tienen un socio local, pero exige al que quiera introducirse en este mercado considerables esfuerzos para ganarse la confianza de los compradores y demostrar que es un proveedor fiable. Para los compradores suecos es muy importante la sinceridad, sobre todo relacionada con informaciones específicas. Si el exportador no es capaz de cumplir los compromisos adquiridos en un primer momento, le será difícil conseguir otra oportunidad.

Al tratarse de una economía bastante abierta, en general los empresarios en Suecia están acostumbrados a negociar con proveedores extranjeros. La estructura de las empresas suecas es bastante horizontal, con lo que los responsables de compra normalmente tienen la capacidad para tomar decisiones sin consultar a sus superiores en temas como el coste total de adquisición.

Es importante, sea cual sea el canal elegido, que la compañía demuestre un total compromiso y mantenga un estrecho contacto. Y crucial la garantía de factores competitivos como la calidad, la rapidez de las entregas y los servicios prestados, así como el precio. Aunque los compradores suecos se muestran más interesados en el *coste total de la operación* que en el precio. Prestan especial atención a la gestión del sistema de suministros, por lo que los exportadores han de poder negociar todas las partes de la cadena de suministros.

Al negociar, los empresarios suecos prefieren *ir al grano*. En general, consideran una aproximación directa al tema a tratar como un signo de eficiencia. Antes de establecer un contacto solicitarán o buscarán información relativa a las capacidades productivas de la empresa, los sistemas de control de calidad y temas medioambientales, así como los estados financieros.

Dentro de operaciones dentro de Europa, el pago entre el importador y el exportador es, en la mayoría de los casos, a 30 días y mediante factura.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

2.3. Condiciones de acceso

Un comprador sueco esperará un compromiso total en cuanto a la entrega correcta de las mercancías, en tiempo, número y calidad de los productos. Además de una cierta colaboración en las labores de marketing de los artículos, así como otros servicios relacionados.

Cada vez más las empresas suecas utilizan los temas medioambientales como una estrategia competitiva, lo cual hace fundamental que los productores se adapten a sus exigencias en temas medioambientales.

Con respecto al etiquetado y embalaje de los productos han de ser conformes a lo exigido en las regulaciones europeas al respecto, por lo que para un producto español no hay requisitos específicos.

Las visitas personales son el método más efectivo de establecer contactos y entrar en el mercado. De modo que muchas cuestiones se puedan resolver en un periodo corto de tiempo. Por lo tanto, se pueden considerar como una inversión aunque han de ser planificadas con bastante antelación. La mayoría de los importadores de mobiliario están localizados al sur de Suecia. Por ejemplo, IKEA tiene sus oficinas principales en Älmhult, Europamöbler en Jönköping y MIO en Tibro. Es por lo tanto necesario viajar, no sólo a Estocolmo, si no también al área de Jönköping que está localizada a aproximadamente 350km al sur de Estocolmo.

Desde el 1 de abril, en Suecia, se ha establecido en tres años el periodo de garantía de los productos. A nivel europeo son obligatorios dos años, pero es recomendable para acceder a este mercado poder ofrecer los tres años de derecho de reclamación.

2.4. Condiciones de suministro

La puntualidad es considerada no sólo como una muestra de respeto, sino también de eficiencia y los empresarios suecos no suelen ser muy tolerantes en este aspecto. Además, el mobiliario es una mercancía voluminosa y cara para mantenerla en stock, por lo que ni el importador ni el detallista pueden almacenar los muebles durante largos periodos de tiempo. Y hay que tener en cuenta que los clientes suecos están acostumbrados a entregas puntuales; si una cierta pieza de mobiliario no está disponible cuando el cliente visita la tienda del detallista, es muy probable que se pierda esa venta.

Los tiempos normales de entrega esperados suelen ser de aproximadamente 10 semanas desde el pedido, dentro de Europa, mientras que unos 3 meses o más son necesarios al comerciar con una compañía del lejano oriente.

La temporada más importante para la venta de mobiliario es el otoño, lo que implica que los importadores deben realizar sus pedidos a finales de la primavera o principios del verano para así proveer a los detallistas de los muebles a tiempo. Julio y agosto son meses de vacaciones en Suecia y por tanto, habrá que tener en cuenta que será difícil organizar el transporte en el medio del verano.

2.5. Promoción y publicidad

Las grandes compañías realizan importantes campañas de marketing utilizando los principales medios de comunicación: televisión, radio o prensa nacional; a través de los que dan a conocer nuevos productos o promociones especiales.

Para las pequeñas tiendas, más especializadas, una de las principales formas de comunicación con sus clientes potenciales es mediante sus páginas web, en las que se pueden ver no sólo sus productos sino también la filosofía de la empresa. Las principales firmas de muebles de diseño, organizan periódicamente eventos como “Design evenings” o “Design weekends” a través de las que presentan las últimas tendencias del diseño, afianzan su clientela actual y se dan a conocer a clientes potenciales.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Así mismo, es muy importante estar presente en las principales exposiciones o ferias del sector, ya que es un punto de encuentro entre profesionales que buscan, además de conocer las últimas tendencias, reforzar las relaciones con sus clientes actuales y establecer nuevos contactos.

2.6. Tendencias de la distribución

Hay una fuerte tendencia en el mercado sueco a la concentración, ya que son las grandes empresas y cadenas las que dominan dos tercios del mercado. Son frecuentes las colaboraciones o asociaciones para introducirse en nuevos mercados. Sin embargo, en los últimos 10 años se ha incrementado considerablemente el interés por los muebles de diseño y *vintage*, propiciando la aparición de numerosas tiendas especializadas que han logrado consolidar su nicho de mercado.

La mayor parte de las tiendas están localizadas en las grandes ciudades, Estocolmo, Malmo y Gotemburgo.

IV . ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

Suecia es el tercer país con mayor extensión de la Unión Europea con 449.964 Km² y más de la mitad de su territorio cubierto de bosques, lo que proporciona una fuente importante de materia prima para el sector del mueble.

Tiene una población de 9.010.591 habitantes (31/11/2004) concentrada principalmente en el sur del país. Se trata, por tanto, de un mercado relativamente pequeño, lo que hay que tener en cuenta al establecer cantidades mínimas para un pedido en las negociaciones. Aunque se trata de un buen mercado de referencia para el conjunto de los países nórdicos, además de una óptima plataforma de reexportación, en particular hacia los Estados Bálticos.

A diferencia de otros países, los suecos pasan gran parte de su tiempo en las casas, por tanto cuidan bastante el ambiente creado en su interior. El sueco medio invierte una parte importante de sus ahorros y su tiempo en decorarlas y amueblarlas.

1.2. Factores económicos

En los últimos años, a pesar de la difícil coyuntura internacional, la economía sueca ha venido creciendo por encima de la media en la Unión Europea. El crecimiento en el 2004 se situó en torno al 3,5 % y fue bastante superior al del año 2003 que se cifró en un 1,6%. Las expectativas de crecimiento para el año 2005 son del 2,8% aunque optimistas, inferiores al año anterior. Cabe destacar el incremento significativo de la productividad.

Además se ha producido un fuerte descenso de la inflación hasta un 0,5% en el pasado año 2004 por debajo del objetivo del Riskbank (el 2%)

El mercado de trabajo ha sufrido un cierto deterioro al aumentar el desempleo hasta el 5,5% en el año 2004 desde el 4,9% en el 2003 (en comparación con el 4,1% en el 2002). Las perspectivas para el año 2005 son positivas en la medida en que se espera que el empleo se incremente consecuencia del crecimiento de la economía.

Se ha observado una cierta estabilización de la corona sueca durante el año 2004 con tendencias hacia la apreciación en 2005 en función de la fortaleza de la economía sueca y del incremento de la productividad.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Uno de los sectores industriales más importantes en relación con el mueble es el de la construcción, ya que el nivel de actividad en este sector es fundamental en la evolución de las ventas de muebles. Así, en el último año, la construcción de un mayor número de viviendas ha provocado un incremento en el comercio de muebles y otros elementos de decoración.

La construcción de viviendas aumentó considerablemente durante el 2004. En total se empezaron 27.000 viviendas, de las que dos tercios son viviendas multifamiliares y el tercio restante unifamiliares. Esto supuso un incremento del 21% con respecto al 2003. El mayor aumento se ha observado en las viviendas multifamiliares, con un 30%, mientras que el crecimiento en la construcción de viviendas unifamiliares sólo fue del 10%. El pronóstico para este año es que continúe esa tendencia aunque más moderada, lo que se ha visto confirmado durante el primer trimestre del 2005, con un incremento del 3% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

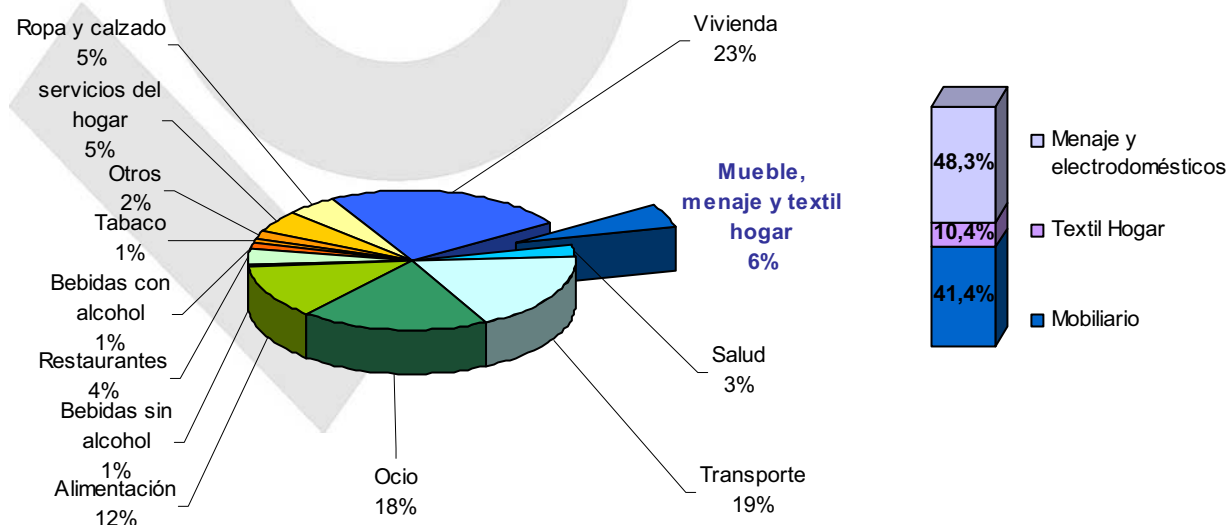
Durante el último trimestre del año pasado la venta de muebles siguió su tendencia alcista. Se colocó como uno de los 4 (de doce) sectores dentro de la venta de productos de consumo duradero que tuvo un desarrollo positivo, cuando el sector aumentó un 8 % en precios corrientes. Medido en precios fijos el desarrollo fue aun más fuerte, el 12%, mientras que las ventas al detalle en general presentaban una caída del 1,1% a precios corrientes con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Suecia es una economía abierta y relativamente pequeña que depende en gran medida del comercio con el exterior, que supone un 40-50% del PIB real en los últimos años. Con sólo el 0,2% de la población mundial el país representa el 2% del comercio mundial aproximadamente.

1.3. Distribución de la renta disponible

Suecia combina una economía de libre mercado con una amplia política social. La sociedad sueca esta caracterizada por una relativamente igualitaria distribución de los ingresos y la riqueza; con escasa diferenciación entre clases sociales. Aunque hoy en día su poder adquisitivo ha disminuido, afectando a la demanda interna, se espera que continúe la recuperación de los dos últimos años. Por tanto, cabe destacar, no ya su nivel de riqueza, sino su homogeneidad, de modo que no existen grandes diferencias en términos de consumo entre las diferentes capas sociales.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN EL HOGAR MEDIO EN SUECIA, 2004



Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

El porcentaje de personas con ingresos superiores a 45.000 SEK mensuales es muy pequeño, ya que el sistema fiscal tiende a concentrar a la población en la clase media. Por tanto, no son muchos los consumidores que puedan gastarse grandes sumas en diseños exclusivos. De modo que la mayor parte del mueble vendido en Suecia es producido en serie y no piezas especiales. Y, dado el porcentaje tan elevado de importaciones, se puede afirmar que se trata en su mayoría de productos procedentes de otros países.

1.4. Tendencias sociopolíticas

El 1 de enero de 1995, Suecia entro a formar parte de la Unión Europea. Por lo tanto, la política comercial del país está ahora integrada en el marco general de la UE. Suecia defiende la importancia del libre comercio a nivel mundial. Es miembro de la OMC (Organización Mundial del Comercio) y apoya activamente el proceso de consolidación del sistema de comercio abierto multilateral.

Existe una política comercial favorable a las importaciones. Suecia es uno de los pocos países que promocionan activamente las importaciones en estrecha colaboración entre el gobierno y el sector privado. Por todo ello se puede afirmar que existe una actitud abierta y positiva hacia los suministros del extranjero.

1.5. Tendencias legislativas

Desde su entrada en la Unión Europea, Suecia aplica el principio de no discriminación de manera unilateral y como consecuencia de los acuerdos internacionales contraídos con organizaciones como la Unión Europea y la Organización Mundial del Comercio. Ello significa que las inversiones extranjeras, y por tanto también las españolas, reciben el mismo trato y deben cumplir los mismos requisitos que las suecas.

Las leyes en Suecia son bastante estrictas en lo que se refiere a permisos de urbanización y construcción y muchas de las decisiones dependen de los ayuntamientos locales. La legislación se ha estado revisando para involucrar más al Estado en el proceso, ya que el crecimiento de los centros comerciales y los grandes *outlets* han elevado el nivel de complejidad de dichas decisiones.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

El mueble se considera un bien duradero y por lo tanto, en principio, de compra esporádica. Aunque la oferta de mobiliario a precios asequibles, junto con el interés cada vez mayor por productos de diseño, ha hecho que este tipo de compra no sea algo tan excepcional en la vida del consumidor sueco, si bien es fundamental la confianza en la evolución positiva de la economía para evitar la caída de la demanda en este tipo de productos.

2.2. Hábitos de compra

El consumidor tipo de estos productos, en general los adquiere para su uso personal o para su familia. Compra los artículos cuando surge la necesidad y acude para ello a grandes almacenes, tiendas especializadas de decoración interior, artículos de cocina o baño.

La distribución regional del volumen de ventas netas de mueble en Suecia está muy concentrada. Una cuarta parte de dichas ventas se realiza en Estocolmo y casi un tercio entre las regiones de Skåne y Västra Götaland (con un 15,5% del total, cada una). El 43,5% restante se reparte entre las otras 18 regiones.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

En el hogar es donde se invierte el mayor porcentaje de los ingresos, con un 30% de media. Además, hay que tener en cuenta que el 22% de la población tiene una casa de fin de semana o verano.

Las familias con niños y los jóvenes suelen acudir principalmente a las grandes empresas o cadenas, que les ofrecen unos precios más asequibles y una mayor variedad de artículos. Los consumidores de mediana edad e ingresos más elevados y que viven en las grandes ciudades son los que suelen acudir a las tiendas especializadas, aunque cada vez son más los jóvenes interesados por los muebles de diseño.

También es necesario distinguir entre el norte y el sur y las grandes ciudades costeras. Mientras que en el norte en general la gente invierte más en sus hobbies (caza, pesca...) o en medios de transporte, que en la decoración de sus hogares, en el sur hay una mayor preocupación por el interior de las casas.

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

La política de IKEA, que implica que el consumidor se lleve el mueble desmontado a su casa, ha generado que en general el consumidor sueco acepte pagar un coste extra porque sea el vendedor el que le lleve la mercancía a su casa.

2.4. Preferencias.

En Suecia, naturaleza y hogar juegan un papel muy importante en la vida de la gente. De hecho, una de las mejores maneras de describir el estilo del mobiliario de hogar sueco es describir la naturaleza – lleno de luz y aire fresco, aunque sobrio y moderado. La mayoría de los suecos viven en pueblos o pequeñas ciudades y las familias suelen ser pequeñas. Sus casas son espaciales y luminosas, además de estar bien aisladas para mantener el calor durante el invierno. Debido a que el país cuenta con numerosos bosques, en las casas se encuentran habitualmente muchos productos de madera.

Se suele asociar Suecia con un estilo de vida fresco y saludable. Esto se refleja en el tipo de productos demandados por los consumidores, tanto en los colores y materiales usados, como en el estilo y diseño. En general, a los suecos no les gustan las extravagancias o los productos llamativos, les gusta vivir con moderación y buscan la simplicidad.

De este modo, existe una clara preferencia por formas simples, maderas claras, superficies sin tratar, textiles naturales y de diseños sencillos, colores claros y luminosos. Con un clima que es oscuro y frío durante gran parte del año, en Suecia se busca crear espacios luminosos y brillantes en los que se consiga la sensación de verano dentro de las casas durante todo el año.

Sin embargo, el consumidor sueco es bastante sensible al precio y no está dispuesto a pagar precios demasiado elevados por productos que- aunque se presentan como exponentes del estilo nórdico- están producidos en serie y son semejantes a los producidos en otros países.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La imagen tradicional del producto español ha ido cambiando con la aparición de nuevos diseñadores y productores de calidad cada vez más conocidos en Suecia. Hay marcas y diseñadores españoles que se han hecho un hueco en el mercado sueco.

Aunque, en general, no se puede hablar de una percepción concreta del producto español. Algunos expertos consideran que no se ha trabajado lo suficiente por crear una imagen de “producto español” como conjunto. Del mismo modo que Suecia se ha unido con los países vecinos para potenciar y promover “el estilo nórdico”, creen que España debería promocionar más la imagen país, teniendo así una mayor fuerza.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

Los profesionales del sector consideran que no todos los productos procedentes de España son adecuados para el mercado escandinavo, que es muy exigente en cuanto a diseño y funcionalidad. Sobre todo cuando se trata de las gamas medias y bajas de productos, donde además es muy importante competir en precios. En general, se tiene la idea de que los productos españoles son caros.

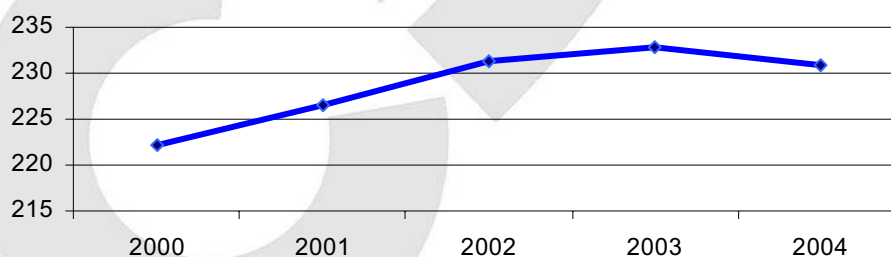
En ocasiones hay reticencias en cuanto a los servicios post-venta o la puntualidad de los envíos. Algunas de las empresas locales consideran insuficiente el grado de implicación y colaboración de algunas empresas españolas con las que trabajan o han trabajado.

V. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

1. INDÍCE DE PRECIOS

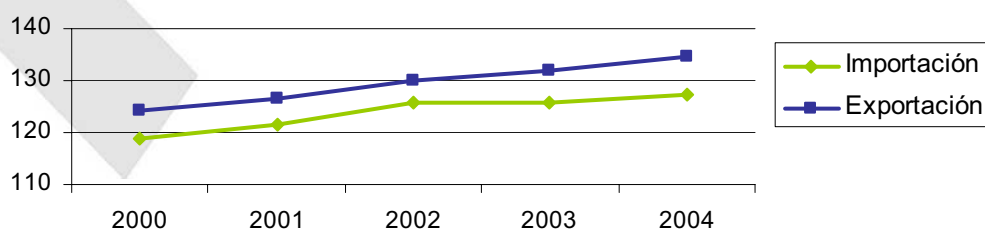
Durante el 2004, los precios de mueble en Suecia han empezado a experimentar un ligero descenso, después de años de subidas. Sin embargo no se puede hablar de una evolución constante de los mismos ya que a lo largo del año oscilan considerablemente. Los meses en los que se produce una mayor subida de los precios son abril, septiembre, octubre y diciembre, mientras que en los meses de verano, prácticamente permanecen constantes respecto a años anteriores. Con respecto a los precios de importación y exportación, cabe destacar que durante los últimos 5 años los precios de las importaciones han aumentado un 7% mientras que los de las exportaciones un 8,4%

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMO DEL MUEBLE
(1980 = 100)



Fuente: SCB

INDICE DE PRECIOS A LA EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DEL MUEBLE
(1980 = 100)



Fuente: SCB

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

2. POLÍTICA DE PRECIOS

Es muy difícil conseguir información sobre los precios y márgenes aplicados al mobiliario en las importaciones. Están sujetos a negociaciones, por lo que pueden llegar a variar considerablemente de un importador a otro y de un producto a otro. Es necesario contactar con cada importador o distribuidor para negociar el nivel de precios y la calidad. En los productos muy exclusivos prácticamente se puede aplicar cualquier precio, dependerá de lo que el consumidor final esté dispuesto a pagar.

La tendencia general entre los detallistas es aplicar un 100% sobre su precio de adquisición. El IVA es el 25%.

Del mismo modo, los precios finales pueden variar considerablemente, dependiendo, por supuesto, de la calidad ofrecida, pero también de las marcas o los diseñadores. Así, por ejemplo, un sofá de similares características en cuanto a dimensiones, tapizado y estilo, se puede encontrar por 14.900 SEK en NK, 39.000 SEK en Carl Mahuston y alcanzar las 69.387 SEK en Svensk Tenn por tratarse de un diseño exclusivo. Al mismo tiempo, el más barato en IKEA no alcanza las 3.000 SEK

MESA DE COMEDOR

IKEA	Modelo: Nygård	1.955 kr	
	Material: Haya		
	Dimensiones: 186 x 90 cm, Alto 74 cm		
EM Home Interior	Modelo: HOLMSUND	5.495 kr	
	Material: Encina		
	Dimensiones: 180 x 95 cm, Alto 75 cm		
Svenskt Tenn	Modelo: Dining Table 752	35.700 kr	
	Material: Caoba		
	Dimensiones: 200 x 100 cm, Alto 72 cm		

Fuente: Elaboración propia / Información empresas

EL MERCADO DEL MUEBLE EN SUECIA

SILLÓN

IKEA	Modelo: TULLSTA Material: : Tapizado de algodón; relleno de goma espuma; armazón de madera Dimensiones: Ancho: 80 cm; profundidad: 72 cm; altura: 78 cm Asiento: 50 x 47cm, alto 43 cm	695 kr	
EM Home Interior	Modelo: BONN Material: Tapizado de algodón; relleno de goma espuma; armazón de madera Dimensiones: Ancho: 80 cm Profundidad: 75 cm Altura: 90 cm	3.395 kr	
Svenskt Tenn	Modelo: Easy chair 336 Material: Tapizado sintético; relleno de goma espuma y plumas; armazón de madera Dimensiones: Ancho: 90 cm; profundidad: 110 cm; altura: 85 cm Asiento: alto 45 cm	Diseño: Josef Frank 22.300 kr	

Fuente: Elaboración propia / Información empresas

SOFÁ DE 2 PLAZAS

IKEA	Modelo: KARLANDA Material: Tapizado en algodón; relleno de goma espuma; armazón de madera Dimensiones: Longitud: 158 cm; altura: 83 cm; profundidad: 91 cm Altura del asiento: 45 cm	3.495 kr	
EM Home interior	Modelo: ARIZONA Material: Tapizado en tela; relleno de goma espuma; armazón de madera Dimensiones: Longitud: 168 cm; profundidad: 96 cm; Altura del asiento: 45 cm	12.595 kr	
Svenskt Tenn	Modelo: Soffa 678 Material: Tapizado en tela; relleno de goma espuma y pluma; armazón de madera Dimensiones: Longitud: 150cm; altura: 78 cm; profundidad: 84 cm; Altura del asiento: 43 cm	Diseño: Josef Frank 28.500 kr	

Fuente: Elaboración propia / Información empresas