

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2014

Informe Especializado

Mercado Europeo de  
Artículos de Muñequería

 *prom*  
perú

## MERCADO EUROPEO DE ARTÍCULOS DE MUÑEQUERÍA

### 1.- Panorama de la Unión Europea

- La UE, es una potencia comercial compuesta de 28 países, con 505 millones de consumidores que cuentan con un ingreso per cápita promedio de US\$ 34 000 al año.
- La crisis, que se inició en 2008, y que impactó a este bloque comercial, ha llevado a una colaboración intensa y sostenida entre los gobiernos miembros, el Banco Central Europeo y la Comisión, con la finalidad de apoyar el crecimiento y el empleo, proteger el ahorro, mantener un flujo de crédito asequible para las empresas y los hogares, garantizar la estabilidad financiera e introducir un mejor sistema de gobernanza para el futuro.



- Como resultado, se ha logrado una mejora en algunos indicadores económicos. Así por ejemplo, en 2013, el gasto de consumidor total alcanzó los US\$ 10,3 millón de millones, lo que significó un crecimiento de 0,3% respecto al año previo, y se espera que para 2014, esta cifra incremente su valor en 0,5%, a pesar de los problemas macroeconómicos que continúan enfrentando algunas de estas economías.
- Perú y la UE, tienen un Acuerdo Comercial que entró en vigencia en marzo de 2013, gracias al cual se obtuvo acceso preferencial para el 99,3% de productos agrícolas y para el 100% de productos industriales. Con esto, productos de interés para el Perú como espárragos, paltas, café, prendas de algodón, entre otros, ingresan a este mercado libre de aranceles.

### 2.- Alcance del análisis

- Para el presente análisis, se ha considerado algunas sub-partidas del capítulo Nro. 95 “**Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios**”. Los productos seleccionados corresponden a muñecos (y sus partes) elaborados en materia textil, dado que estos están cobrando importancia dentro de las exportaciones peruanas del sector Artículos de Decoración y Regalo – ADR. Cabe mencionar, además, que para el mercado mundial y europeo, estos productos se encuentran dentro de la categoría llamada “juguetes tradicionales”.

Tabla Nro. 1: Clasificación Arancelaria

HS Code UE (8 dig.)	Descripción UE	HS Code Perú (10 dig.)	Descripción Perú
9503 00 21	Dolls representing only human beings	9503 00 22 00	Muñecos que representen seres humanos
9503 00 29	Parts and accessories for dolls representing only human beings	9503 00 28 00	Prendas y sus complementos, de vestir, calzado, y sombreros
		9503 00 29 00	Partes y accesorios
9503 00 41	Toys representing animals or non-human creatures - Stuffed	9503 00 93 00	Muñecos que representen animales o seres no humanos – de material textil
9503 00 49	Others Toys representing animals or non-human creatures	9503 00 99 00	Otros juguetes que representen animales o seres no humanos

Fuente: Export Help Desk, SUNAT

### 3.- El mercado de juguetes de la UE

- De acuerdo a un Estudio realizado por Ecsip<sup>1</sup>, la producción de juguetes en la UE, tiene un valor de alrededor 5,8 billones de euros. Además, se considera que esta industria genera aproximadamente 100 000 puestos de trabajo (tanto empleo directo como indirecto).
- De otro lado, se estima que el mercado de juguetes de la UE, en 2011, alcanzó un valor de ventas de 15,8 billones de euros, superior al de Estados Unidos (14 billones de euros) o al de China (4,8 billones de euros)<sup>2</sup>.
- A nivel macroeconómico, y de acuerdo a la mejora que se está evidenciando dentro de las distintas economías que conforman este bloque, se espera un incremento en el consumo de bienes en general, que podría repercutir en el consumo de juguetes (aproximadamente 7,5% anual, hasta 2016).

### 4.- Tendencias de Consumo

- Hay muchos factores externos que afectan la demanda de juguetes tradicionales. Uno de estos, es el envejecimiento de la población, sobre todo en mercados “maduros”, como el europeo, pues en estos mercados la tasa de natalidad ha ido decreciendo en los últimos años (-1,7%, en 2012, en promedio para los países miembros de la UE<sup>3</sup>).

A pesar de eso, la venta de artículos para bebés y niños, sigue al alza. Padres de familia, amistades y parientes, gastan actualmente mucho más dinero por bebé/niño que hace unos años, pues buscan productos de calidad. Esto sucede, especialmente, en el caso de padres primerizos que buscan artículos que también sean seguros para sus hijos.

- Adicionalmente al punto anterior, otro factor que ha afectado la demanda los juguetes tradicionales, son los juegos tecnológicos, que no sólo incluyen a los videojuegos, sino también los teléfonos celulares, tablets y similares, los cuales se han convertido en un medio alternativo de entretenimiento para los niños.
- Por otro lado, el mercado europeo, es un mercado maduro en el cual los consumidores son altamente conscientes sobre los artículos que compran y conocen mejor la diversidad de ofertas presentes en el mercado. Dicho esto, es importante que la etiqueta de estos productos indique, entre otros, la procedencia del producto (información del productor), composición del producto, el cuidado y precauciones que se deben considerar, entre otros.
- Dentro del mercado de la UE existen tres segmentos bajo los cuales pueden diferenciarse la venta de los artículos sujetos al presente análisis:
  - ✓ Medio – bajo: muñecos (as) populares, pero básicos.
  - ✓ Medio – alto: artículos tendenciales, diseños innovadores.
  - ✓ Alto: muñecos (as) clásicos, de alta calidad, con diseños y materiales premium.

De este modo, las mejores y mayores oportunidades, para la oferta peruana, se presentan dentro del segmento medio-alto, y segmento alto, al ser productos que cuentan con buen diseño, materiales de primera calidad y son hechos a mano, cualidades muy apreciadas dentro de estos segmentos. Entre los países miembros de la UE, en donde las oportunidades comerciales, son incluso mayores, se puede mencionar: Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Luxemburgo, Holanda, España, Suecia y Reino Unido.

Este hecho puede constatararse con las cifras de importación, registrada por estos mercados en los últimos años, que se muestra en la tabla 2. En esta se aprecia, que los 3 primeros mercados europeos agrupan casi la mitad del mercado (47.3%). Además, los países que se muestran más dinámicos fueron Bélgica, República Checa y Polonia.

---

<sup>1</sup> Siglas correspondientes a: The European Competitiveness and Sustainable Industrial Policy Consortium. Consorcio compuesto por las siguientes empresas consultoras líderes en Europa: Ecorys Netherlands (lead partner), Cambridge Econometrics, CASE, CSIL, Danish Technological Institute, Decision, ECIS, Euromonitor, Fratini Vergano, Frost & Sullivan, IDEA Consult, IFO Institute, MCI, and wiw.

<sup>2</sup> Estudio sobre la Competitividad de la Industria de juguetes. “Study of the competitiveness of the toy industry”. ECSIP Consortium. Agosto 2013.

<sup>3</sup> Fuente: Banco de datos del Banco Mundial - <http://databank.bancomundial.org/>

**Tabla Nro. 2: Importaciones de Artículos de Muñería – UE**  
(US\$ Millones)

RK	Mercados	2011	2012	2013	Var. 13/12	Part. 13
	<b>Total UE</b>	<b>15,262</b>	<b>14,112</b>	<b>15,035</b>	<b>6.5%</b>	<b>100%</b>
1	<i>Alemania</i>	2,670	2,517	2,649	5.2%	17.6%
2	<i>Reino Unido</i>	2,765	2,388	2,493	4.4%	16.6%
3	<i>Francia</i>	2,015	1,878	1,971	5.0%	13.1%
4	<i>Bélgica</i>	998	906	1,069	18.0%	7.1%
5	<i>Italia</i>	1,131	996	995	-0.1%	6.6%
6	<i>República Checa</i>	763	795	904	13.7%	6.0%
7	<i>Países Bajos</i>	885	806	856	6.3%	5.7%
8	<i>España</i>	912	793	842	6.1%	5.6%
9	<i>Polonia</i>	503	499	591	18.5%	3.9%
10	<i>Austria</i>	397	384	409	6.4%	2.7%
11	<i>Dinamarca</i>	362	375	357	-5.0%	2.4%
12	<i>Suecia</i>	305	309	313	1.3%	2.1%
13	<i>Irlanda</i>	232	238	246	3.3%	1.6%
14	<i>Hungría</i>	195	178	211	18.7%	1.4%
15	<i>Grecia</i>	190	152	178	16.7%	1.2%
16	<i>Portugal</i>	194	158	174	10.4%	1.2%
17	<i>Eslovaquia</i>	119	144	148	2.7%	1.0%
18	<i>Rumania</i>	126	131	132	0.8%	0.9%
19	<i>Finlandia</i>	138	131	127	-2.6%	0.8%
20	<i>Eslovenia</i>	79	70	78	10.4%	0.5%
21	<i>Bulgaria</i>	73	65	76	15.5%	0.5%
22	<i>Estonia</i>	67	60	65	8.4%	0.4%
23	<i>Lituania</i>	33	37	41	10.5%	0.3%
24	<i>Luxemburgo</i>	36	32	35	10.3%	0.2%
25	<i>Letonia</i>	28	29	31	9.0%	0.2%
26	<i>Chipre</i>	32	26	27	2.6%	0.2%
27	<i>Malta</i>	15	15	18	21.6%	0.1%

Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

- También es importante mencionar, que los consumidores europeos en general, son cada vez más conscientes del impacto social y ambiental en la cadena de producción de un producto. Por este motivo, los requerimientos concernientes a estos dos aspectos se han vuelto de suma importancia para los compradores (importadores), por lo que contar con alguna certificación que cubra estos aspectos (ISO, Corporate Social Responsibility -CSR, Ethical Initiative, CE Orgánico, etc.), brinda al exportador una ventaja comparativa muy importante.
- Para el caso específico de muñecos de materia textil, el material más utilizado del cual suelen estar hechos son el plush o la felpa. Pero también se está haciendo habitual la utilización de otros materiales naturales como el algodón y/o lana fina. Adicionalmente, estos suelen estar rellenos de materiales suaves como guata sintética, guata de algodón, paja, lana de madera, e incluso frejoles.
- Se debe destacar también que aunque estos artículos estén dirigidos a niños, y suelen regalarse en cumpleaños o fechas especiales (navidad, pascuas, etc.), su uso ya no es exclusivo para el juego, ya que pueden ser utilizados como artículos de decoración por lo que también pueden ir dirigidos hacia un público de más edad.

Así, ante la necesidad de los consumidores de controlar la decoración de sus hogares, buscarán cuidadosamente y seleccionarán exhaustivamente los productos que cumplan con sus expectativas de calidad y diseño. Muchas veces, logran esto mezclando y combinando productos de diferentes colecciones. En este sentido, es importante ofrecer una amplia gama de productos, para que ellos sean capaces de elaborar sus propias colecciones.

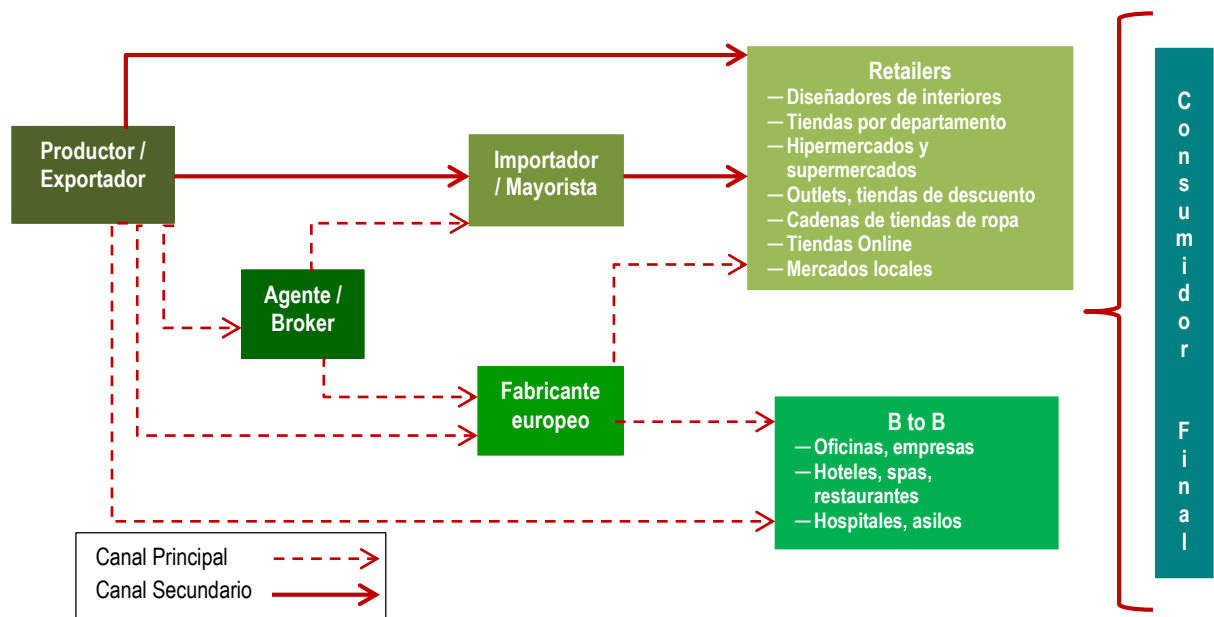
## 5.- Canales de comercialización

- Se prevé que la comercialización de los productos textiles (incluidos los muñecos) cambie en el futuro próximo. Estos cambios implican:

- ✓ Predominancia de las cadenas de tiendas minoristas.
- ✓ Alta competencia afrontada, sobre todo por parte de los importadores y mayoristas.
- ✓ Transparencia sobre la cadena de abastecimiento y suministros, como parte de los requerimientos del consumidor final.

➤ A continuación, en el gráfico Nro. 1, se presenta la estructura de la distribución y comercialización que siguen los muñecos de materia textil en el mercado de la UE, muy similar a los productos textiles para el hogar.

**Gráfico Nro. 1: Canales de Comercialización y Distribución de Muñecos de Materia Textil - UE**



Fuente: CBI  
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

➤ Por otro lado, es importante mencionar que el comercio electrónico está ganando cada vez mayor relevancia, por lo que tomar contacto con vendedores retailers online, debería ser una tarea primordial, para así poder obtener un mayor acceso a los consumidores. Para esto, se hace necesario ser más flexible, tener en pre-stock algunos artículos y así responder a tiempo a las demandas de los consumidores.

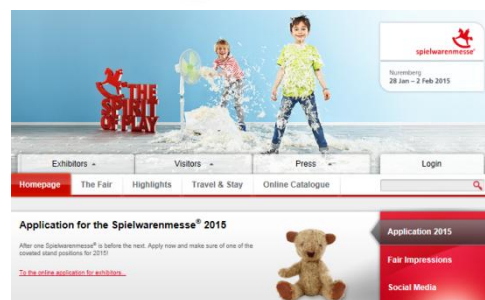
## 6.- Ferias relacionadas

**Tabla Nro. 3: Información de Ferias dentro de la UE para Artículos de muñequería**

Nombre	Lugar	Duración	Nro. Expositores	Nro. Visitantes	Web
Ambiente	Frankfurt - Alemania	5 días	4 700	140 000	<a href="http://ambiente.messefrankfurt.com">http://ambiente.messefrankfurt.com</a>
Maison & Objet	Paris – Francia	5 días (semestral)	4 000	90 000	<a href="http://www.maison-objet.com">www.maison-objet.com</a>
Heimtextil	Frankfurt - Alemania	4 días	2 700	67 000	<a href="http://heimtextil.messefrankfurt.com">http://heimtextil.messefrankfurt.com</a>
Spielwaremesse	Nuremberg - Alemania	6 días	2 700	75 888	<a href="http://www.toyfair.de">www.toyfair.de</a>
Home & Gift	Londres – Reino Unido	4 días	1 000	12 000	<a href="http://www.homeandgift.co.uk">www.homeandgift.co.uk</a>

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados- Promperu.  
La información de estas ferias corresponde a las últimas ediciones (2013 - 2014).

De los eventos comerciales mencionados, se puede destacar la Spielwarenmesse (Alemania), que es considerada la plataforma más dinámica a nivel mundial, en lo que a artículos infantiles y de bebés se refiere. En su última edición contó con casi 3 000 expositores de más de 60 países, más de 75 000 visitantes de 120 naciones.



## 7.- Exportaciones Peruanas

- En 2013, Perú exportó US\$ 3,7 millones de muñecos en materia textil al mundo. La UE, tuvo una participación de 9%. A este bloque se realizaron envíos mayores a US\$ 1 000 hacia once países miembros, entre estos, los principales destinos fueron Alemania, Reino Unido, España y Holanda, que tuvieron una participación conjunta de 82%.
- El último año, fueron 37 las empresas (con exportaciones superiores a US\$ 1 000) que dirigieron sus productos hacia las economías de la UE, todas microempresas, ubicadas principalmente en Lima y Callao, aunque las regiones de Cusco, Puno y Arequipa, en conjunto representaron el 14% de estos envíos.

**Tabla Nro. 4: Exportaciones peruanas de muñecos de materia textil hacia la UE (US\$)**

Partida - Descripción Arancelaria	Enero - Diciembre				Enero - Julio		
	2011	2012	2013	Var. 13/12	2013	2014	Var. 14/13
Total Muñequería	3,496,281	4,543,749	3,741,274	-17.7%	1,868,759	1,840,784	-1.5%
Total Unión Europea	246,224	273,256	353,630	29.4%	192,583	196,550	2.1%
9503009300 - QUE REPRESENTEN ANIMALES O SERES NO HUMANOS	158,134	144,613	180,304	24.7%	77,219	95,729	24.0%
9503002200 - MUÑECAS O MUÑECOS, INCLUSO VESTIDOS		1,755	62,135	3440.0%	56,045	3,433	-93.9%
9503009900 - DEMAS JUGUETES;MOD.REDUCIDOS Y SIMILARES	61,893	68,391	61,643	-9.9%	33,832	50,998	50.7%
9503002900 - LAS DEMÁS PARTES Y ACCESORIOS	26,197	58,496	49,483	-15.4%	25,488	46,390	82.0%
9503002800 - PRENDAS Y SUS COMPLEMENTOS (ACCESORIOS)			66	-	0		-

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

- Finalmente, son claras las oportunidades de negocio que presenta este mercado para los productos peruanos de la línea de muñequería. Para incrementar la presencia de los productos y empresas peruanas, es importante considerar los requerimientos de calidad e inocuidad solicitados por la Unión Europea, así como las certificaciones privadas que generan un valor agregado a los bienes. Además, se debe resaltar las características de los productos peruanos, como el uso de materiales naturales, o la elaboración a mano de estos artículos, que hacen que estos sean mucho más valorados por el consumidor final.

### Presentaciones Diversas de Muñecos en Materia Textil dentro de la U.E.



**Dinosaurio de crochet en Lana gatto**  
Precio: € 50.00  
Mercado: Reino Unido



**Avestruz en plush**  
Precio: € 103.40  
Mercado: Alemania



**Muñeco Lucas en Algodón**  
Precio: € 33.20  
Mercado: Francia



**Elfo de felpa**  
 Precio: € 29.90  
 Mercado: Italia



**Conejo en algodón Bio**  
 Precio: € 37.95  
 Mercado: Francia



**Teddy Bear en algodón Bio**  
 Certificación Fairtrade y Ecocert  
 Precio: CHF 19.90  
 Mercado: Suiza

Fuente: [www.jeujeuethique.com](http://www.jeujeuethique.com), [www.shoptrudi.com/it](http://www.shoptrudi.com/it), [www.miniboo.ch](http://www.miniboo.ch), <http://en.dawanda.com/>, <https://koesen.de/>, [www.loursalunettes.com](http://www.loursalunettes.com)  
 (\*)Tipo de Cambio ([www.xe.com](http://www.xe.com))

1 CHF =	USD 1.052
	EUR 0.828