

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Informe Especializado:
Textiles del Hogar en Alemania



I. Información del mercado objeto del estudio

Datos generales		Indicadores Macroeconómicos			
Nombre oficial	República Federal de Alemania	Año	2015	2016	2017*
Capital	Berlin	Crecimiento PBI (%)	1.5	1.7	1.4*
Idioma	Alemán	PBI Per cápita (US\$)	40,952	42,326	43,686
Moneda	Euro	Tasa de Inflación (%)	0.2	0.4	1.5
Población (2015)	81 Millones	Tasa de desempleo (%)	4.6	4.3	4.5

Fuente: World FactBook
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

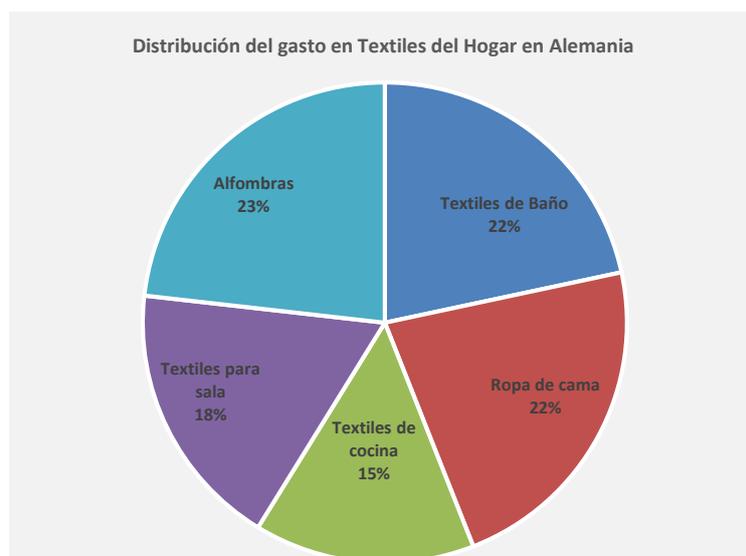
Fuente: FMI
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ
(* Datos estimados)

II. Alcance del informe

- El análisis del presente informe se realizó sobre partidas específicas de los subcapítulos (4303, 5701, 5702, 5703, 5704, 5705, 5804, 5805, 5810, 6301, 6302, 6303, 6304) pertenecientes a la línea de textiles del hogar, entre los productos considerados tenemos, alfombras, mantas, ropa de cama, ropa de mesa, ropa de tocador y cocina, cortinas, entre otros.

III. Información de la línea de textiles del hogar en Alemania

- El mercado europeo de textiles para el hogar es muy competitivo y se caracteriza por un fuerte poder adquisitivo y un alto grado de rivalidad entre los proveedores. Los aspectos demográficos, económicos y las tendencias de decoración son los principales influenciadores de la línea de textiles del hogar.
- El gasto en textiles del hogar en Alemania creció ligeramente en 0,2% en 2015, alcanzando US\$4,340 millones aproximadamente. La línea de mayor participación es la de Alfombras con 23%, tanto ropa de cama como textiles para baño participan con 22%, le siguen textiles de cocina (15%) y finalmente textiles para la sala (18%). Se prevé que para el 2020 la línea de textiles del hogar tenga un crecimiento de 5,1%, siendo la ropa de cama, textil de cocina y textil para sala las de mayor crecimiento.

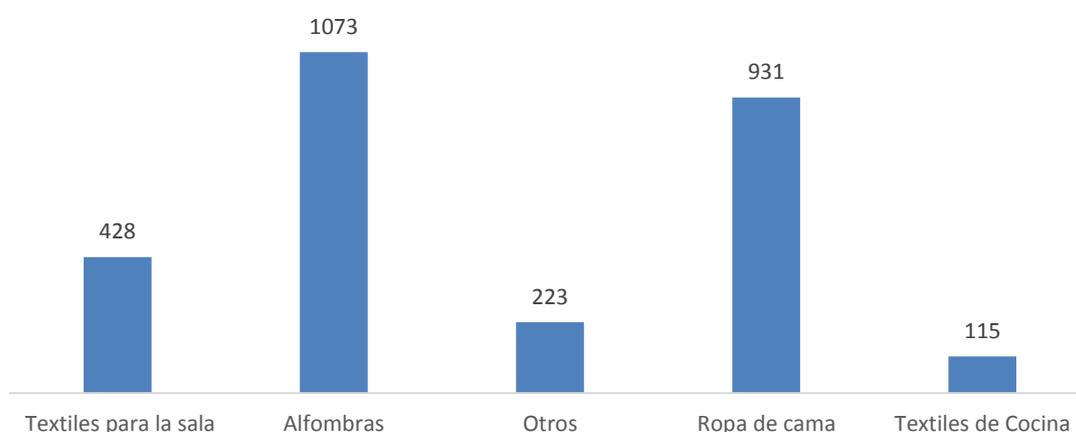


- Se atribuye poca importancia a la marca, tomándose las decisiones de compra en base a las características del producto (Tipo de tela, color, diseño). La calidad es esencial para los segmentos altos, valorándose el uso de materiales exclusivos y el diseño como principales factores de decisión, mientras que para los segmentos medios y bajos, se buscan productos de calidad básica y una gama amplia de colores y diseños.

IV. Importación Mundial: Línea de textiles en el hogar en Alemania 2015

Alemania es el segundo importador mundial de la línea de textiles del hogar, por detrás de EEUU. Las importaciones Alemanas correspondientes a productos de la línea en el 2015 fueron US\$ 2,770 millones, experimentando un decrecimiento de -14,2% en comparación al 2014. Las principales líneas importadas por Alemania fueron:

Importaciones de Alemania por línea de producto 2015 (US\$ millones)



Fuente: TRADEMAP Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

La línea de mayor demanda por el mercado francés es la de Alfombras con el 39% de participación, le sigue ropa de cama (34%), textiles para la sala (15%) y textiles de cocina (4%). Entre los productos más destacados están, ropa de cama de algodón estampada (US\$349 millones), visillo y cortinas de fibras sintéticas (US\$ 304 millones), Alfombras de nailon (US\$ 275 millones), ropa de cama de algodón (US\$ 243 millones).

Ranking de Productos Importados (US\$ millones)

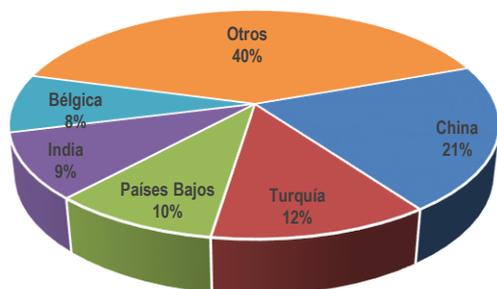
HS 6	Descripción	2013	2014	2015	Var. 15/14%	Part. 15
Total		3,066	3,228	2,770	-14.2%	100%
630221	Ropa de cama de algodón estampada	395	434	349	-19.7%	13%
630392	Visillos y cortinas de fibras sintéticas	300	346	304	-12.1%	11%
570320	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de nailon	315	304	275	-9.6%	10%
630231	Ropa de cama, de algodón	260	291	243	-16.5%	9%
570330	Alfombras y revestimientos para el suelo, de materia textil sintética	216	228	198	-13.3%	7%
570242	Alfombras y revestimientos para el suelo, de materia textil sintética	185	205	150	-27.1%	5%
630140	Mantas de fibras sintéticas	139	148	129	-12.9%	5%
570490	Alfombras y demás revestimientos para el suelo	142	136	118	-13.6%	4%

570110	Alfombras de nudo, de lana o pelo fino	119	96	93	-2.5%	3%
630222	Ropa de cama de fibras sintéticas o artificiales	94	108	77	-28.6%	3%

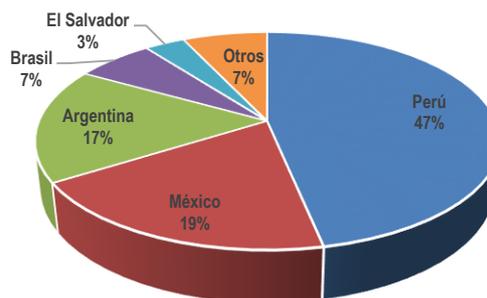
Fuente: TRADEMAP Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

China destaca como el principal proveedor de textiles para el hogar en Alemania, con un 21% de participación, le siguen Turquía con 12%, Países bajos 9%, India 9% y Bélgica con 8%. Entre los proveedores latinoamericanos, Perú ocupa la primera posición, seguido de México, Argentina y Brasil.

Alemania : Proveedores a nivel mundial para la línea Textiles del hogar 2015



Alemania : Proveedores en Latam para la línea Textiles del hogar 2015

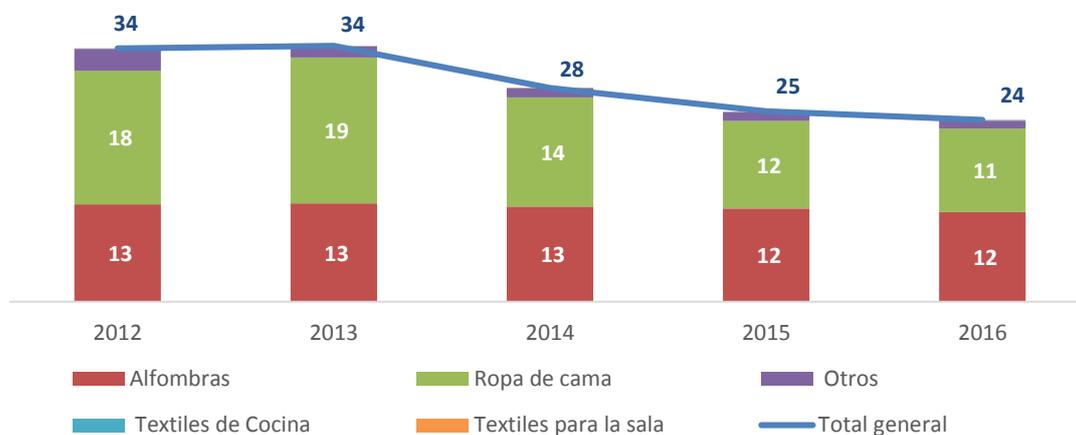


Fuente: TRADEMAP
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

V. Exportaciones Peruanas de la línea Textiles del hogar hacia Alemania (US\$ miles)

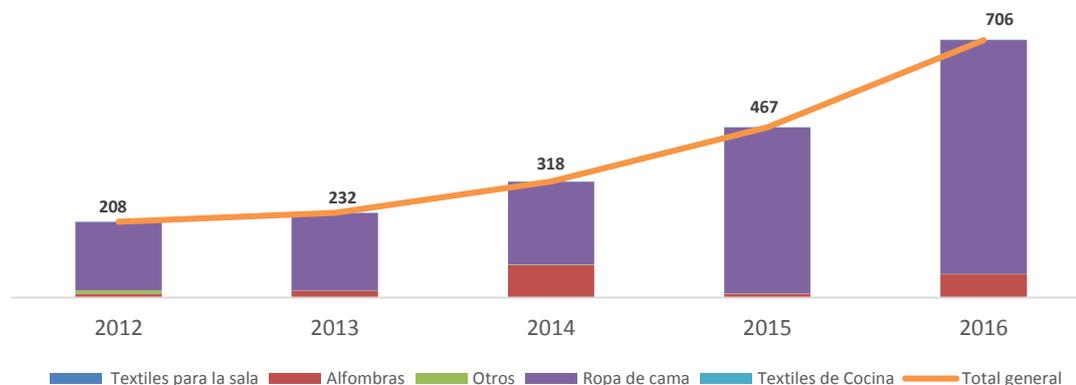
- Las exportaciones peruanas de textiles del hogar al mundo alcanzaron el 2016 los US\$24 millones, decreciendo ligeramente en -4.5%. Nuestros principales destinos fueron, Nueva Zelanda (US\$8 millones/ 33% de participación) principalmente por las exportaciones de alfombras de lana y pelo fino, EEUU (US\$6 millones/ 25% de participación) por las exportaciones de mantas de lana y pelo fino y Australia (US\$2 millones/ 10% de participación) por las exportaciones tanto de alfombras como de mantas de lana y pelo fino.

Exportaciones Peruanas al mundo por línea de producto (US\$ millones)



- Las exportaciones peruanas de textiles del hogar a Alemania en el 2016 ascendieron a US\$706 mil, creciendo en 51,2% en relación al 2015. Son dos líneas las que destacan por crecimiento y monto de exportación, la línea de Ropa de cama US\$ 641 mil, y la línea de alfombras que alcanzó los US\$64 mil.

Exportaciones Peruanas a Alemania por línea de producto (US\$ miles)



- El 91% de nuestras exportaciones al mercado Alemán corresponden a la línea de ropa de cama, mientras que de esta línea el 98% de los envíos pertenecen a de mantas de lana o pelo fino, producto que registra un crecimiento de 39,8% en el periodo 2015/2016.

Exportaciones Peruanas a Alemania (US\$ miles)

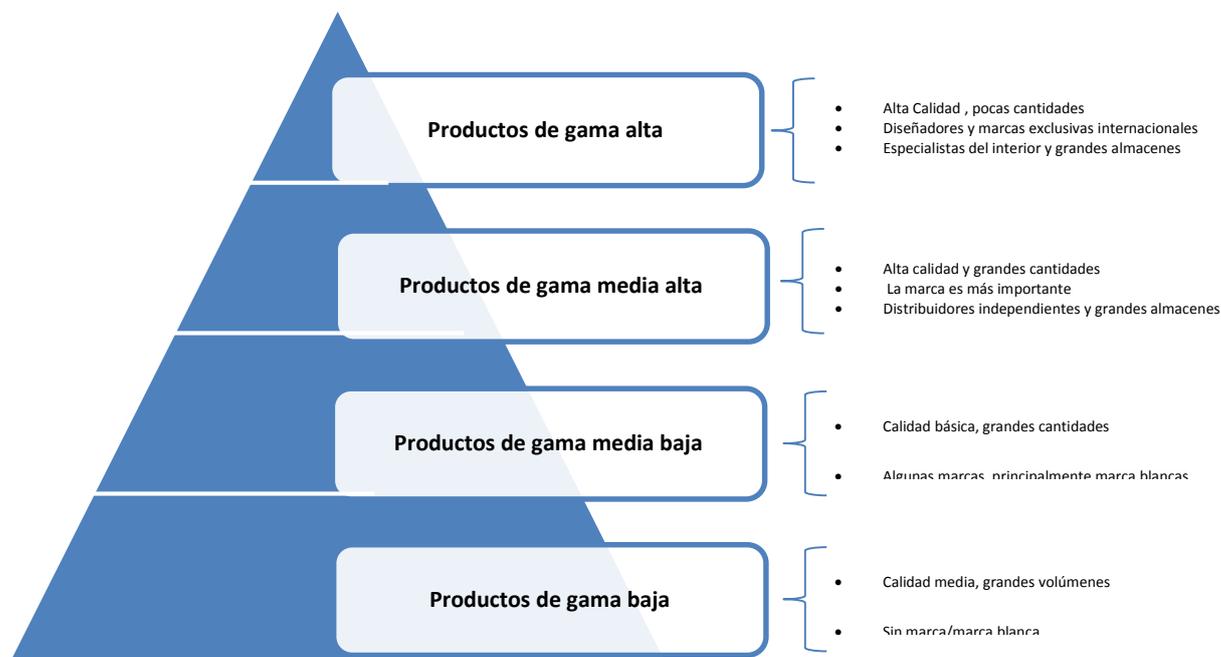
Línea	Descripción	2014	2015	2016	Var. 15/14	Part. 15
Ropa de cama		226	456	641	40.8%	91%
630120	mantas de lana o pelo fino	205	453	633	39.8%	90%
630130	mantas de algodón	1	2	8	329.5%	1%
	Resto	21	1	0	329.5%	0%
Alfombras		89	10	64	516.9%	9%
430390	artículos de peletería	33	10	64	528.2%	9%
570110	alfombras de nudo, de lana o pelo fino	51	-	0		
	Resto					
Textiles para la sala		0	-	-		0%
630391	visillos y cortinas; guardamalletas y rodapiés de cama, de algodón	0	-	-		
630399	visillos y cortinas; guardamalletas y rodapiés de cama, de materia textil	-	-	-		
Textiles de Cocina		0	0	0	-61.5%	0%
630240	ropa de mesa, de punto	-	0	0	13.6%	
630251	ropa de mesa, de algodón	0	0	-		
630259	ropa de mesa de materia textil	0	0	-		
Otros		2	1	1	5.2%	0%
580500	Tapicería tejida a mano	2	1	1	-31.5%	
	Resto					
Total general		318	467	706	51.2%	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

VI. Productos peruanos con potencial en el mercado Francés

- Según CBI, el mercado de textiles del hogar se divide en 4 segmentos claramente identificables



- En cuanto el segmento de productos de gama baja, destacan entre los principales competidores China, India, Pakistán y Bangladesh que se benefician de economías de escala y logística. Competir en el segmento de productos de gama media y baja podría implicar aceptar márgenes más bajos a consecuencia de la fuerte competencia. En cuanto al segmento medio-alto y alto es importante lograr una diferenciación por medio de diseños únicos y una alta calidad, resaltando las cualidades del algodón peruano, entre las cuales están su gran calidad, resistencia y color que puede ser teñido con mucha facilidad.
- Las oportunidades comerciales para productos peruanos se encuentran en el segmento de gama media alta y alta, son los nichos de mercados los que valoran la alta calidad y demandan productos de lujo y gran valor agregado. Se han identificado tres productos que cumplen con estas características y en los que el Perú tiene una ventaja competitiva frente a otros competidores
 - **Ropa de cama de algodón**, Alemania importó el 2015 US\$930 millones de la línea de ropa de cama, representando la ropa de cama de algodón el 64% de la demanda (US\$592 millones). Los tres países que proveen el 57% de lo importado por Alemania son, Turquía, Pakistán y Polonia. Cabe resaltar que la variedad de algodón producida en países asiáticos es distinta al Algodón peruano, el cual se caracteriza por tener una fibra mucho más larga y fuerte².
 - Por otro lado, al 2016 veinticinco empresas peruanas exportaron US\$699 mil en ropa de cama de algodón al mundo, incrementándose las exportaciones en 13,1%. siendo los principales mercados Ecuador, Chile y EEUU. Sin embargo, no se registra exportaciones de ropa de cama de Algodón a Alemania en 2015. Para el 2016, ninguna empresa peruana registro exportaciones de ropa de cama al mercado Alemán.
 - **Mantas de lana y pelo fino**, Otro producto que encaja en el segmento medio alto y alto son los productos de lana y pelo fino. La fibra de alpaca es altamente valorada como un producto de lujo. Alemania es el tercer importador mundial de mantas de lana o pelo fino, por detrás de Francia, al 2015 Alemania importó US\$10 millones, principalmente de Italia y Francia, ubicándose el Perú como el proveedor N°5.
 - En 2016, las exportaciones Peruanas mundiales de mantas de lana y pelo fino alcanzaron los US\$ 7 millones, con un crecimiento de 4,6% en comparación al 2015. Nuestro principal

mercado destino fue EEUU, país al que se destinaron el 46% de nuestros envíos, seguido de Lituania (9%), Alemania (6%) y Dinamarca (6%). Alemania ocupa la posición N°3 como mercado destino con envíos que alcanzaron los US\$633 mil.

VII. Acceso al Mercado

Acuerdos Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> El Perú cuenta actualmente con un Acuerdo Comercial con la Unión Europea, el cual entró en vigencia en marzo de 2013 [Ver aquí]
Aranceles	<ul style="list-style-type: none"> Puede consultar los aranceles para cada partida en el siguiente link
Otros Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> IVA 20%
Estándares	<ul style="list-style-type: none"> Consultar el website de Export Help Desk [Ver aquí]

VIII. Canales de Comercialización

- Los retailers minoristas controlan la cadena de textiles para el hogar, ofreciendo artículos textiles caseros de moda a precios razonables. La creación de puntos de venta de especializados en decoración por parte de las marcas de moda, como Esprit, Sisley, Zara Home han sido ganando rápidamente cuota de mercado. Por otro lado, los supermercados e hipermercados son responsables de la venta de gran parte de los artículos de textiles del hogar consumidos en Alemania, este canal está especializado en los productos de gama media-baja.

² <http://www.spoerry1866textiles.ch/1866-The-best-from-five-cont.78.0.html?&L=1>



Fuente : CBI Elaboración: Promperu

IX. Empresas con Presencia en el Mercado

	Tienda especializada	Tienda por departamento	Mayorista	Supermercado/Hipermercado

Gama Alta				
Gama Media Alta	<u>IBENA</u> <u>MEZROZE</u> <u>LIBECO</u>			
Gama media baja		<u>IKEA</u> <u>MARIMEKKO</u> <u>ZEEMAN</u> <u>MILESGROUP</u>		
Gama Baja	<u>OZDILEK</u>			

X. Tendencias y Perspectivas del Sector

- Según el informe de CBI “Artículos de decoración y textiles del hogar en el mercado Europeo”, esta línea se ha venido recuperando de la crisis económica que experimento la región. Luego de una reducción del gasto en artículos pertenecientes a esta línea, las perspectivas de recuperación son positivas, ya que el PIB y el gasto en consumo privado aumentan. Tanto en Europa occidental como en Europa del este es donde se espera el mayor crecimiento del mercado. Entre las principales tendencias para el sector encontramos :
 - *Productos con historia*, se prefieren productos que cuenten una historia y expresen su identidad con un sentido de estilo.
 - *Diseños adaptables y personalizables*, es importante que los consumidores pueden personalizar y personalizar productos basados en sus propias ideas y deseos
 - *Productos que ofrezcan bienestar*, se busca tejidos cómodos y bien diseñados, Por ejemplo, tener muebles con un diseño funcional, natural, limpio o ropa de cama orgánica.
 - *Diseño, estilo y técnica*, los consumidores de Europa Occidental viven en un mercado que ofrece muchas opciones de decoración. Se valora el diseño, estilo y técnica de cada producto, y se está dispuesto a pagar por un producto de calidad.

XI. Perfil del consumidor

- De acuerdo al portal CBI, los consumidores europeos prefieren productos únicos y diferentes, productos que cuenten una historia y expresen a través de su identidad un sentido de estilo.
- La demanda de productos sostenibles y socialmente responsables también está aumentando. Es importante considerar el uso de materiales sostenibles y procesos de producción socialmente responsables.
- Según Euromonitor, los consumidores Alemanes han adoptado estilos de vida más sanos y ecológicos, lo que ha modificado sus hábitos de compra. Existe un gran interés en cuanto al bienestar animal, no solo para el caso de alimentos sino para las fibras naturales como la Alpaca, es importante contar con las certificaciones necesarias antes de entrar en este mercado.
- De acuerdo al plan de desarrollo de mercados elaborado por Mincetur, los consumidores de poder adquisitivo bajo y medio se centran más en el precio que en distinguir entre una calidad de algodón y otra, mientras que los consumidores de poder adquisitivo medio-alto a alto están acostumbrados a adquirir productos exclusivos, de gama alta, sin preocuparse demasiado por el precio.

XII. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace	Part .de PROMPERU
Heimtextil	Frankfurt	Enero 2017	http://heimtextil.messefrankfurt.com/frankfurt/de/aussteller/willkommen.html?nc	SI

Fuente: AUMA, NFerias

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

XIII. OCEX

Oficina Comercial de Perú en Alemania	Sr. Gyco Manuel Gordon Calienes
Dirección	Schauenburgerstr. 59; 20095 Hamburgo
E-Mail	ggordon@mincetur.gob.pe

XIV. Links de interés

Entidad	Enlace
Oficina Federal de Aduana de Alemania	http://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html
Oficina de Promoción del Comercio y la Inversión	http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/welcome.html#invest
Oficina Federal de Estadística	http://www.destatis.de/
Portal de Negocios	http://www.ixpos.de/IXPOS/Navigation/EN/your-business-in-germany.html