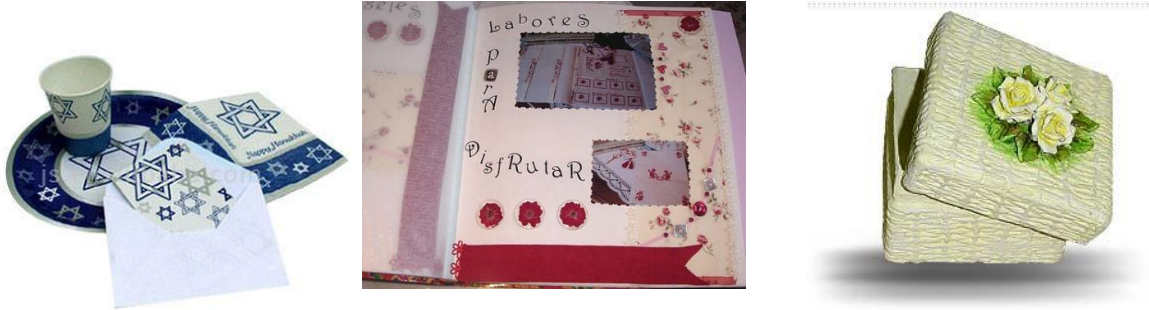


EL MERCADO DE LA UE PARA LOS ÁLBUMES DE FOTOS, ARTÍCULOS DE MESA HECHOS DE PAPEL Y CAJAS DE PAPEL HECHAS A MANO

Fuente: CBI (www.cbi.eu)

Traducción libre del original



Fuente Fotografía: www.pittjug.org
www.flickr.com
www.handmadepaper-products.com

Descripción de mercado: consumo y producción

Consumo

La UE-27 es uno de los principales mercados en el mundo para álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel, valuado en €904 millones el año 2005. El mercado para álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel creció alrededor del 1 - 2% entre el año 2004 y 2005. Para el futuro, se pronostica que el mercado se incremente marginalmente alrededor del 1,7% anual hasta el final de la década.

En Italia el consumo aparente de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel fue de €331 millones el año 2005, con un sustancial incremento en comparación con el año 2001. Se proyecta que entre el año 2005 y el 2009 las ventas al detalle de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel se incrementen en un 1,2% aproximadamente en precios reales.

En Alemania, el consumo aparente total de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel fue de €178 millones el año 2005. El consumo aparente alemán disminuyó en un 5,6% entre los años 2001 y 2005. Se pronostica que el gasto alemán en productos decorativos declinará alrededor del 2% en precios reales hasta fines de la década.

En el Reino Unido el consumo aparente de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel fue de €139 millones el año 2005. Entre el 2001 y 2005 el consumo ha decrecido en 7,2%. Sin embargo, los pronósticos para estos productos en este país son bastante positivos de acuerdo a la asociación estadística de comercio. Entre el año 2005 y 2009 las proyecciones de las ventas al por menor de artículos decorativos (incluidos los de papel) muestran un crecimiento alrededor de 6,1% anualmente en precios reales.

Segmentación de mercado

En general el mercado de álbumes de fotos, artículos de mesa hechos de papel y cajas de papel hechas a mano pueden ser segmentadas en: segmentos de nivel alto, segmentos de nivel medio (medio-alto y medio-bajo) y segmentos de nivel bajo. Esta segmentación es aplicada no solo para el nivel de ventas al detalle; sino también para los otros niveles en el mercado, como ser los mayoristas e importadores.

Las características de los productos para estos segmentos son:

- Segmento de alto nivel (estimado entre 5 - 10%): Alta calidad de los materiales, mano de obra de primer nivel, diseño perfecto, alto nivel de precios, también son aceptados los productos de procedencia europea.
- Segmento de nivel medio (estimado entre 50 y 70%):
 - Nivel medio-alto (estimado entre 20 y 30%): marcas de las tiendas, alta calidad de los materiales, buen diseño y mano de obra, colecciones de moda, mayormente son productos de procedencia no europea.
 - Nivel medio-bajo (estimado entre 30 y 40%): marcas de las tiendas, calidad razonable, diseños a la moda, bajo nivel de precios, mayormente son productos de procedencia no europea.
- Segmento de nivel bajo (estimado entre 20 y 40%): calidad básica, se enfoca en el bajo precio, ventas especiales/ofertas, menor importancia a las marcas y mayormente son productos provenientes del lejano Oriente.



Fuente Fotografía: www.orvem1981.it

Tendencias generales de mercado

- En todos los países de la UE el color blanco es uno de los más de moda, junto a los estampados florales.
- Formas importantes son los octágonos y óvalos junto con decoraciones crecientes.
- Las cajas de papel en forma de corazón y hechas a mano son muy populares el 14 de Febrero (día de San Valentín), y las cajas en forma de árboles el 25 de diciembre (Navidad).
- Otros productos modernos son los álbumes con papel de foto incrustado con pequeños cristales o pequeñas piedras brillantes de diferentes colores y juegos de cajas de papel de diferente tamaño, pero con la misma impresión. El último producto es a menudo adaptado para los niños, usando dibujos e impresiones de cuentos de hadas.
- Las cajas de papel grandes para el almacenamiento de zapatos u otras pertenencias personales se están volviendo cada vez más populares

debido a su practicidad. La moda este año son los colores morado, caqui, como también el blanco y el negro.

- Las predicciones de los colores de moda para el próximo año son los llamados colores “Tierra” tales como el tono arena y el verde pálido.
- El interés público en el diseño de interiores ha aumentado en gran parte de Europa, encabezado por una erupción de revistas de decoración de interiores y la popularidad de programas de televisión que se caracterizan por las ideas creativas para la decoración de interiores, sugerencias para mejoras en el hogar y shows de diseñadores. Además de las ferias nacionales anuales de interiores de hogar para los consumidores, hay también numerosas ferias regionales de decoración de interiores, las cuales sirven como fuentes de inspiración a muchas personas.



Producción

La producción de álbumes de fotos, y de artículos de mesa de papel en los países de la UE-27 fue aproximadamente de €756 millones el año 2006 y mostró un incremento del 6,8% entre los años 2002 - 2006.

Actualmente los prospectos de producción de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel son todavía positivas, debido a:

- La reactivación económica general en la UE.
- El crecimiento, la actitud positiva hacia los productos de papel y su simpatía medioambiental.
- Los países en desarrollo son los líderes en el mercado de regalos de papel en la UE, especialmente en el segmento más bajo. Los bajos costos de producción en los países en desarrollo permiten bajos precios, los cuales son los puntos fuertes de venta de los países en desarrollo.

En Italia la producción de álbumes de fotos el año 2006 fue de €330 millones.

Entre los períodos 2002 - 2006, la producción italiana de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel se incrementó sustancialmente (debido al incremento de la producción de artículos de mesa hechos de papel). Esta tendencia continuará, ya que las manufactureras italianas son todavía los líderes en diseño y moda.

Fuente Fotografía: www.handmadepaperboxes.com

En Alemania la producción de álbumes de foto el año 2006 fue de €166 millones. La producción entre los años 2002 - 2006 disminuyó en 16,8%. Esta disminución tiende a continuar debido a la sustitución de la producción doméstica por importaciones.

En el Reino Unido la producción de álbumes de fotos y de artículos de mesa de papel el año 2006 fue de €106 millones. A lo largo de los años, la producción ha fluctuado ligeramente. Esta alcanzó su pico más alto el año 2002 y decreció en 6,2% entre los años 2002 y 2006 (la producción de artículos de mesa hechos de papel disminuyeron debido a la presión de otros clases de envases tales como metal, vidrio y plástico). Se estima un ligero incremento en la producción de envases y papel en el Reino Unido (el cual incluye la producción de artículos de mesa hechos de papel) hasta el año 2009.

Tendencias generales en producción

- Una tendencia importante en el mercado de los álbumes de foto, artículos de mesa hechos de papel y cajas de papel hechas a mano es el surgimiento de productos étnicos en los recientes años. Los bienes étnicos tienen sus orígenes en las culturas asiáticas, africanas o latino americanas. Sin embargo, en los últimos años los productos étnicos han sido copiados por los productores chinos y son vendidos como si fueran una inspiración africana o latino americana.



Fuente Fotografía: www.flickr.com
www.mihogaronline.com

- Por otra parte, el origen étnico está dando otro paso: los principales diseñadores (principalmente italianos) están buscando nueva inspiración en técnicas tradicionales, ya sean locales o extranjeras, y le están adicionando una relevancia contemporánea. Los proveedores de países en desarrollo pueden beneficiarse de esta nueva y creciente curiosidad por sus culturas. El factor de “hecho a mano” está estrechamente relacionado a esta tendencia y puede agregar valor a los productos decorativos y regalos de papel (ejemplo cajas de papel hechas a mano).
- La sostenibilidad tiene una gran influencia en el negocio de interiores, como lo tiene en el sector de regalos de papel y decoración.
- Relacionada a la sostenibilidad, una fuerte tendencia al reciclaje es también visible en el sector de regalos de papel y decoración.

Oportunidades y Amenazas

- En Alemania hay una gran inclinación a la búsqueda de descuentos lo cual puede ser considerado como una oportunidad y una amenaza.
- En Italia, el diseño especial y la belleza juegan un papel importante en los que los italianos consideran ser su bienestar y su calidad de vida. Los artículos decorativos vendidos al mercado italiano debe distinguirse por su elegancia y funcionalidad.
- Los pronósticos de consumo de artículos de regalo y decorativos en el Reino Unido muestran que habrá un incremento del 7% anual. En este sentido, el mercado del Reino Unido para los artículos de regalos y decorativos es uno de los mas promisorios en términos de crecimiento porcentual anual en todo la UE.
- En España, los factores culturales y el clima mediterráneo, hacen que los consumidores pasen gran parte del tiempo fuera de sus casas. Estos factores han tenido un efecto negativo en el valor de las ventas del mercado de artículos decorativos para el hogar. Sin embargo, al igual que en Italia, los álbumes de boda (papel con decoraciones de perlas) son muy populares.



Fuente Fotografía: www.empapelarte.com.mx

Canales de comercio para acceder al mercado

Canales de comercio

Los más comunes son:

- Las cadenas de minoristas: las cadenas de tiendas más grandes, como los departamentos de tiendas, vendedores minoristas de muebles, centros de jardinería o hipermercados, usualmente tienen su propio personal de compra
- Grupos de compra: como la compra de una gran gama de productos requiere de mucho tiempo y de mucho conocimiento, los vendedores individuales frecuentemente trabajan en grupos de compradores. El grupo de compradores puede ofrecer diferentes formas de cooperación, desde compras simples e importación hasta la oferta de una completa fórmula de compra en una estructura de franquicia.
- Importadores/mayoristas: la integración de las antiguamente separadas funciones del importador y el mayorista ha llegado a ser muy en común en la UE. Aunque aún hay importadores y mayoristas separados, ellos forman un porcentaje muy bajo. Los importadores/mayoristas se han convertido en factores dominantes del mercado de álbumes de fotos y

de artículos de mesa de papel. Ellos son el link entre el productor y el minorista, quienes usualmente son más pequeños que el importador/mayorista.

- Agente: el agente es el intermediario entre el comprador y el vendedor, usualmente trabaja en comisión y puede representar al productor, a la organización de marketing de exportación (el agente de venta), el importador/mayorista o al minorista (agente de compra). Los agentes pueden variar en tamaño desde una sola persona, representando únicamente a unas pocas compañías, hasta una gran organización trabajando para una gran cadena de minoristas o importadores, administrando cientos de proveedores y con un gran número de personal



Fuente Fotografía: www.equidesign.com

- Organización de marketing de exportación: cuando los productores individuales son muy pequeños para contactar a compradores extranjeros, ellos pueden unir sus esfuerzos en una organización de marketing de exportación. Esta puede ser una compañía separada, comprando a los productores y vendiendo al importador/mayorista, o una iniciativa de los productores, en una forma de cooperativa o una compañía de propiedad conjunta de los productores

Comercio: Importaciones y exportaciones

Importaciones

Las importaciones totales de álbumes de fotos y artículos de mesa hechos de papel en la UE-27 el año 2006 fue de €425 millones. En comparación con el año 2002 las importaciones se han incrementado en valor en un 6,7%. Al mismo tiempo, las importaciones de estos productos en volumen el año 2006 fue de 159 mil toneladas. En comparación con el 2002 las importaciones en volumen se incrementaron en 7%. El Reino Unido es el único país donde las importaciones se han incrementado entre los años 2002 y 2006. Por el otro lado, los demás países importadores seleccionados (Alemania, Francia, Países Bajos, España e Italia) experimentaron disminuciones en sus importaciones en el mismo período de revisión.

Exportaciones

Las exportaciones totales de la UE-27 el año 2006 fue de €412 millones. En comparación con el año 2002 las exportaciones totales se han incrementado en un 31%.

Oportunidades y amenazas

- Una amenaza general para los exportadores de países en desarrollo es la gran rivalidad que existe entre ellos. Los productores chinos están usando un “marketing agresivo” para llegar a los clientes en el oeste de Europa y ofreciendo precios muy competitivos con una calidad apropiada.
- El mercado de cajas de papel hechas a mano, artículos de mesa y álbumes de fotos ofrece muchas oportunidades para los productores y exportadores de países en desarrollo, ya que el sector es altamente intensivo en mano de obra. Los productores europeos no pueden competir ya que los sueldos promedios son mucho más altos en la UE y sus costos de producción no son competitivos.
- Por último, el surgimiento de la imagen de simpatía con la naturaleza del papel impacta en el mercado de una manera positiva. Los productos que ponen un mayor énfasis en su “amistad con la naturaleza” ofrecerán una gran oportunidad en el futuro.

NOTA: Este estudio hace referencia al mercado de la UE en general y de manera más específica a los siguientes mercados: Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Países Bajos y España.

El sub-grupo “álbumes de fotos” hace referencia al mercado total de álbumes de fotos (los hechos a máquina y los hechos a mano), y el sub-grupo “artículos de mesa hechos de papel” hace referencia al mercado total de artículos de mesa (los hechos a máquina y los hechos a mano). Para los álbumes de fotos y artículos de mesa se ofrece información cuantitativa y cualitativa. Sin embargo, debido a la falta de datos estadísticos, sobre el sub-grupo “cajas de papel hechas a mano” en este estudio solo se ofrece información cualitativa.



Fuente: CBI (www.cbi.eu)



Traducción libre: Ing. Gilmar Carvajal O., Pasante Nacional IBCE