

## -RESUMEN-

### EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA PARA REGALOS DE CERÁMICA Y ARTÍCULOS DECORATIVOS



Fuente Fotografías: <http://www.floresenelatico.es>  
<http://www.habitahome.com.mx/>  
<http://www.artigianinelweb.com>

La UE 27 es uno de los mercados líderes en el mundo para regalos de cerámica y artículos decorativos (estatuillas, jarrones y macetas), valuados en 858 millones de euros en el 2005, de los cuales 493 millones de euros son para las estatuillas y 365 millones de euros para macetas y jarrones.

La producción de los regalos de cerámica y artículos decorativos en los países de la UE 27 representaron un valor de 637 millones de euros en el 2006, de los cuales 278 millones de euros son para estatuillas y 358 millones de euros para macetas y jarrones.

El total de las importaciones de la UE 27 de regalos de cerámicas y artículos decorativos para el año 2006 llegó a los 958 millones de euros, de los cuales 606 millones de euros fueron de estatuillas y 352 millones de euros para macetas y jarrones. Las importaciones desde países en desarrollo representaron el 49,5% del total de las importaciones en el 2006. Los principales proveedores de países en desarrollo fueron China (30,2%), Vietnam (10,7%), Tailandia (1,6%), Malasia (1,5%) y Turquía (1,2%).

La estructura de la distribución para el grupo de los regalos de cerámicas y artículos decorativos seleccionados no difiere sustancialmente de la estructura de distribución para el sector de los regalos y artículos decorativos.

Los intermediarios más importantes para los exportadores de los países en desarrollo son agentes, vendedores mayoristas, importadores y organizaciones exportadoras locales.

Como exportador de un país en desarrollo, tendrá que cumplir con los requerimientos legislativos que son aplicables para sus productos.

## Descripción del mercado. Consumo y producción



Fuente: <http://www.artigianinelweb.com>

La UE 27 es uno de los mercados líderes en el mundo para regalos de cerámica y artículos decorativos (estatuillas, macetas y jarrones), valuados en 858 millones de euros en el 2005, según Eurostat (Oficina Estadística de la Comisión Europea, que produce datos sobre la Unión Europea y promueve la armonización de los métodos estadísticos de los Estados miembros).

El mercado de los regalos de cerámica y artículos decorativos ha disminuido alrededor de 1-2% anualmente en los últimos dos años según Euromonitor (Proveedor mundial independiente de inteligencia de negocios en industrias, países y consumidores).

Y para el futuro, el mercado total de regalos de cerámica y artículos decorativos está proyectado para aumentar marginalmente (cambios de 1 al 2%) cada año hasta el final de la década.

En Alemania el consumo aparente de regalos de cerámica y artículos decorativos decreció en un 3,9% entre el 2004 y el 2005 y se ha pronosticado que decline al mismo ritmo (alrededor del 4% anual en precios reales) hasta el final de la década.

En Francia, el consumo aparente en el 2005 llegó a los 105 millones de euros. El consumo francés de regalos de cerámica y artículos decorativos decreció en un 0,2% entre el 2004 y el 2005. Sin embargo, los pronósticos de las organizaciones de comercio para el mercado son ligeramente más optimistas. Se espera que el consumo aumente en alrededor del 0,6% anual en precios reales hasta el 2009.

En Italia, el consumo aparente de estatuillas alcanzó los 100 millones de euros en el 2005. Entre el 2004 y el 2005, el consumo se incrementó en un 2,4% (Euromonitor). Hasta el 2009, las ventas al detalle de regalos de cerámica y artículos decorativos están proyectadas a incrementarse en un 3% anual a precios reales.

En España, el consumo está estimado en alrededor de 30 millones de euros. Según el Euromonitor, el consumo español de regalos de cerámica y artículos decorativos ha disminuido en un 0,3% entre 2004 y 2005. Por otra parte, se espera que el consumo español aumente en alrededor de 0,2% anual en precios reales hasta el 2009, una ligera mejora comparada con los años previos.

En el Reino Unido, el consumo aparente de regalos de cerámica y artículos decorativos llegó a los 154 millones de euros en el 2005. Entre el 2004 y el 2005, el consumo se incrementó en un 2,1% según la información de Euromonitor. Los pronósticos para el mercado del Reino Unido de regalos de cerámica y artículos decorativos están proyectados para incrementarse en alrededor del 5,4% anual a precios reales.

Para los Países Bajos, el consumo (aparente) de los regalos de cerámica y artículos decorativos está significativamente subestimado (7,6 millones de euros para las estatuillas en el 2005) debido a la falta de información en la base de datos del Eurostat. Según el Euromonitor, el mercado creció en alrededor 1,9% en el 2005.

### **Segmentación de mercado**

En general, el mercado de los regalos de cerámica y artículos decorativos puede ser segmentado aproximadamente en un segmento alto, medio y bajo, esta segmentación se aplica no solo a nivel minorista sino también a otros niveles en el mercado, como ser mayoristas e importadores.

El segmento alto tiene una cuota de participación que oscila entre 5 – 10%, el criterio que utilizan en relación al producto es materiales de alta calidad, mano de obra calificada, diseño perfecto, niveles de precios altos y productos europeos.

Fuente: <http://www.argos.co.uk>



El segmento medio a su vez, se subdivide en dos tipos: el segmento medio alto con una participación del 20 – 30% cuyas características del producto incluyen marcas de tiendas, materiales de alta calidad, buen diseño y mano de obra, colecciones a la moda y la mayoría son productos no europeos y el segmento medio bajo con una participación del 30 – 40% cuyas características que se buscan en el producto son marcas de tienda, calidad razonable, nivel de precios más bajos y la mayoría de los productos no son europeos.

El segmento bajo, con una participación que oscila entre 20 – 40%, buscan en los productos las siguientes características: calidad básica, se enfocan en el bajo precio, ofertas especiales, marcas menos importantes, la mayoría de los productos provienen del Lejano Oriente.

Los diferentes segmentos de mercado requieren diferentes formas de vender. Por ejemplo, vender al segmento alto del mercado requiere menos énfasis en el precio y más énfasis en la alta calidad y el diseño inusual. Vender a grandes tiendas de departamentos en el sector medio significa que aparte del razonable precio, la mayor atención debe ser puesta en la logística, etiquetado, empaquetado y transporte a tiempo. Así como también la oferta de productos fáciles para vender. Y para los clientes del sector bajo del mercado, es necesario que ofrezcan los precios más bajos posibles.

### **Tendencias generales del mercado**

Para todos los países de la Unión Europea, el blanco actualmente es uno de los colores más de moda junto con los estampados florales. Las formas importantes son los octógonos y los ovalados. Otros productos de moda son los jarrones y las macetas de diferentes materiales en color negro, y también combinado con el borde platinado,

así como también los jarrones incrustados con mosaicos a cuadros de color negro. Otros artículos de moda son las macetas y jarrones en azul oscuro, o café brillante con detalles en plata, así como también los jarrones cuadrados con un aspecto de madera. Los regalos de cerámica con detalles extras y brillo estaban y todavía están entre los artículos más requeridos en los últimos años.

## Producción

La producción de regalos de cerámica y artículos decorativos en los países de la UE 27 representó un valor de aproximadamente 637 millones de euros en el 2006, según la base de datos del Eurostat y mostró un decremento del 26,5% en los años 2002 - 2006. Actualmente, los prospectos para la producción en la UE son más positivos debido al resurgimiento económico general de la región, pero esto es más cierto en el segmento alto del mercado.



Fuente: <http://www.harrods.com>

Mientras que lo que se refiere al segmento bajo, las importaciones se están volviendo más importantes y es muy probable que replacen a la producción europea.

En Alemania, la producción de regalos de cerámica y artículos decorativos alcanzó los 223 millones y tuvo una caída notable en el periodo 2002 - 2006.

En Francia, la producción de regalos de cerámica y artículos decorativos llegó a los 77 millones de euros, durante el periodo 2002 - 2006 la producción de artículos de cerámica y decorativos se incrementó considerablemente.

En Italia, la producción de regalos de cerámica y artículos decorativos ha decrecido sustancialmente. La industria de cerámica italiana una vez dominó la producción de regalos de cerámica y artículos decorativos pero los productos "Hechos en Italia" han registrado una marcada disminución en los últimos años. Los productos italianos están proyectados a recuperar su cuota de mercado en el futuro.

En España, la producción de artículos decorativos y regalos de cerámica llegó a los 84 millones de euros. Durante el periodo 2002-2004, la producción de estos artículos decreció en un 32%. El agudo incremento en las importaciones asiáticas ha tenido una gran repercusión en la producción española de regalos de cerámica y artículos decorativos.

En el Reino Unido, la producción de regalos de cerámica y artículos decorativos llegó a los 29 millones. Durante el periodo 2002 - 2006, la producción de estos artículos decreció sustancialmente, en el Reino Unido el sector manufacturero es muy competitivo y puede incrementar más adelante la necesidad de terciarizar.

En Holanda, la producción de estatuillas llegó a los 8,4 millones de euros en el 2006. El crecimiento de la economía holandesa llegó a un estancamiento en el 2002. Durante el periodo 2002 - 2006, la producción de estos artículos decreció en un 12%, el bajo costo de estos artículos significó la recesión, la cual fue sentida más tarde en este mercado que en los otros. La economía holandesa es muy dependiente de las exportaciones. El resurgimiento proyectado de los mercados que lo rodean deberá tener un efecto positivo en la producción de estos artículos.

## Tendencia en la producción



Fuente: <http://www.harrods.com>

Una importante tendencia en el mercado de regalos de cerámica y artículos decorativos es la salida de los productos étnicos en los años recientes.

Los bienes étnicos tienen su origen en las culturas asiáticas, africanas y latinoamericanas.

Sin embargo, en los últimos años estos productos han sido copiados por los productores chinos.

Más aun, lo étnico está tomando otro rumbo: los grandes diseñadores están buscando inspiración en técnicas tradicionales, ya sea domésticas o extranjeras y añadiéndole una relevancia contemporánea.

Existe otra tendencia fuerte como ser el reciclaje, lo cual es visible en el sector de regalos de cerámica y de decoraciones. No solo los consumidores están buscando productos de segunda mano o subastas, para encontrar jarrones antiguos, lámparas de cerámicas o completar su colección de figurillas, sino que también están interesados en el estilo retro.

## Canales de entrada

Los productos pueden llegar por medio de diferentes canales al consumidor final, los más comunes:

- **Cadenas de venta al por menor:** el número de eslabones en la cadena desde el productor hasta el consumidor está limitada a solo uno.
- **Grupos de compra:** pueden ofrecer diferentes formas de cooperación desde simple compra e importación, hasta ofrecer una fórmula de tienda completa en una estructura de franquicia.
- **Importador/mayorista:** se han convertido en un factor dominante en el mercado de los regalos de cerámica y artículos decorativos. Son el vínculo entre el productor y el minorista, quienes usualmente son más pequeños que el importador mayorista.
- **Agente:** es el intermediario entre el comprador y el vendedor, usualmente trabaja por comisión y representa ya sea al productor, a la organización exportadora, al importador mayorista o al minorista.
- **Organización de marketing de exportaciones:** cuando los productores individuales son muy pequeños para contactarse con compradores extranjeros, unen sus fuerzas y forman una organización de marketing de exportaciones.

## Comercio: importaciones y exportaciones

### Importaciones



El total de las importaciones de regalos de cerámica y artículos decorativos de la UE27 para el año 2006 alcanzó los 958 millones de euros. En comparación con el 2002, las importaciones han decrecido en alrededor del 3,2% en total.

Al mismo tiempo, el volumen de importación de estos artículos para el año 2006 fue de 747 mil toneladas. Ya que la disminución en el volumen de las importaciones es menor que la disminución en el valor de las importaciones en euro (compare 3,2% a 1,4%), una posible explicación para esta disminución en el valor importado es la fuerte competencia y los precios en declive así como también la sustitución de los bienes del segmento medio con los del segmento bajo.



Fuente: <http://www.sia-homefashion.com>

## Exportaciones

El total de las exportaciones de regalos de cerámica y artículos decorativos de la UE 27 para el año 2006 alcanzó los 763 millones de euros; de los cuales 479 millones de euros son para las estatuillas y 284 millones de euros son para las macetas y jarrones. En comparación al 2002, el total de las exportaciones ha decrecido en un 20,5%

En Alemania, las exportaciones de regalos de cerámica y artículos decorativos han aumentado mientras que en Reino Unido, Italia, Francia, Holanda y España ha disminuido.

Un número de economías emergentes en Asia, como ser China, Vietnam, India con recursos naturales y costos de mano de obra bajos, tienen una industria de regalos y artículos decorativos fuertemente dedicada a las exportaciones a bajo precio. Al mismo tiempo, los fabricantes de la UE han mudado su producción a estos países para beneficiarse de estas ventajas. Ellos combinan sus sistemas de producción eficientes y de alta calidad con los bajos costos de mano de obra en los países en desarrollo. Terciarizar su producción con fabricantes contratados más baratos también fue una manera popular de beneficiarse de las condiciones más favorables en estos países.

## Desarrollo de los precios

El mercado de regalos de cerámica y artículos decorativos está siendo cada vez más penetrado por los artículos de bajos precios provenientes de Asia y Europa Oriental. Combinado con el lento crecimiento económico, el mercado para estos artículos se ha vuelto más competitivo en el periodo en revisión.

Las tendencias de los consumidores discutidos en este estudio han creado una polarización del mercado de los artículos decorativos y de regalos en productos de bajo y alto precio.

Este antiguo segmento de mercado se ha visto incrementado debido a la tendencia que tienen los europeos de cambiar la decoración interior de sus casas más a

menudo, llevando a un incremento en la demanda de productos interiores de moda a bajo precio. Esta tendencia está especialmente vista entre los más jóvenes. En este segmento el precio es un factor decisivo incluso más que la calidad.



Fuente: CBI ([www.cbi.eu](http://www.cbi.eu))



Traducción libre: Lic. Claudia Lino C., Pasante Nacional IBCE