



EL MERCADO EUROPEO Y NACIONAL DE TEXTILES PARA EL HOGAR

Dr. JOAQUIM DETRELL

**Catedrático de la Universidad Politécnica de Cataluña
Socio-fundador de TECNITEX INGENIEROS S.L.**

LAURA ABELLÓ

Consultora de TECNITEX INGENIEROS,S.L.



INDICE

0. INTRODUCCIÓN

1. MERCADO EUROPEO

2. MERCADO ESPAÑOL





INDICE



0. INTRODUCCIÓN

1. MERCADO EUROPEO

2. MERCADO ESPAÑOL



Definición de los productos:

Textiles para el hogar:

- Mantas y mantas de viaje (excluyendo las mantas eléctricas)
- Ropa de cama: sábanas, fundas para almohada, edredones
- Ropa de baño: toallas de manos, ducha y playa, albornoces
- Mantelería: manteles y servilletas
- Ropa de cocina: paños de cocina

Textiles para mobiliario:

- Textiles usados para cubrir ventanas: cortinas, *stores*, *screens*, etc.
- Colchas y otro tipo de cobertores
- Tapicería, fundas, etc.
- Otros: recubrimientos murales y del suelo, alfombras, fundas para almohada decorativas, etc.

Estructura de precios:

Los márgenes de los distintos niveles de distribución están influenciados por seis factores y son diferentes para cada combinación de producto/mercado:

- Nivel de riesgo (nuevo diseño o producto “me-too”)
- Volumen de negocio
- Funciones o servicios de marketing prestados
- Condiciones económicas generales (negocio floreciente o en decadencia)
- Existencia/ disponibilidad de productos competidores
- Exclusividad del producto

Cálculo de los márgenes en productos importados

	Bajo	Medio	Alto
CIF Barcelona	100	100	100
Aranceles	*	*	*
Cargos sobre la base del CIF:			
Cargo por tramitación, transporte, seguro, servicios bancarios	8	8	8
	108	108	108
Margen del mayorista (25/33/50%)	27	36	54
	135	144	162
Margen del detallista (40/60/75%)	54	86	122
Precio de venta neto	189	230	284
IVA (16%)	30	37	45
Precio para el consumidor	219	267	329
RATIO CIF/ PRECIO PARA EL CONSUMIDOR	2,2	2,7	3,3

* Los aranceles varían del 0 al 12% del valor del CIF dependiendo del producto

Fuente: CBI



INDICE



0. INTRODUCCIÓN

1. MERCADO EUROPEO

2. MERCADO ESPAÑOL



Europa:

Total mercado:

2002: 26.570 millones de €

2007: 31.800 millones de €

Crecimiento del mercado de textiles para el hogar:

2002 - 2007 (+ 19,6%)

El mercado de textiles para el hogar ha experimentado un crecimiento lento pero continuo en los últimos años.

Se prevé un crecimiento anual del 2% en el consumo para el periodo 2006-2010.

Principales mercados dentro de la UE:

- Alemania
- Reino Unido
- Francia
- Italia
- **España**

74% del consumo total

- Irlanda
- UK
- Austria
- Dinamarca
- Suecia
- Finlandia

Mayor gasto per capita en textiles para el hogar

Segmentación del mercado:

La demanda de textiles para el hogar está determinada por:

- Aspectos demográficos (tamaño y estructura de la población)
- Evolución de la creación de hogares
- Aspectos socio-económicos (PIB, renta per capita)
- Precio
- Preferencias de los consumidores
- Influencias de la moda en los textiles o en las tendencias de decoración

Segmentación por precio/ calidad:

La calidad es esencial para los segmentos altos.

La tendencia más importante es la de los consumidores conscientes del precio que buscan productos de calidad que estén a la moda.

El valor (función / coste) es el criterio de compra más importante para la mayoría de consumidores.

	CRITERIOS DE PRODUCTO	ELECCIÓN DE LA TIENDA	CRITERIOS DE PRECIO
SEGMENTO DE LUJO Cuota de mercado: 5-10%	Materiales exclusivos de alta calidad Diseño Marcas de prestigio	Tiendas de distribución exclusiva Tiendas de diseño Departamentos especiales en centros comerciales de gama alta Tiendas especiales de venta por correo	Precio menos importante
SEGMENTO MEDIO-ALTO Cuota de mercado: 15-20%	Marcas conocidas Materiales de alta calidad Colecciones a la moda Amplia gama de diseños Marcan tendencias	Tiendas independientes Centros comerciales Tiendas del fabricante	Aceptación de precio elevado
SEGMENTO MEDIO Cuota de mercado: 20-25%	Productos de calidad Siguen las tendencias Marcas conocidas	Tiendas independientes Centros comerciales Venta por correo	Se tiene en cuenta los umbrales de precio
SEGMENTO MEDIO-BAJO Cuota de mercado: 35-40%	Calidad básica Gama limitada de colores y diseños A la moda	Centros comerciales Tiendas	El precio es un factor importante
SEGMENTO BAJO O MUY BAJO Cuota de mercado: 15-20%	Calidad básica o mala Productos baratos	Tiendas de descuento Super e hipermercados Mercadillos	Precio bajo, el precio es un factor decisivo

Producción de textiles para hogar de la UE (millones €) :

	2002	2004	2006	% Variación 2002-2006
Mantas	467	375	380	-4,7%
Sábanas	1.748	1.602	1.426	-4,6%
Manteles	348	331	294	-3,9%
Ropa de baño y de cocina	791	751	670	-3,8%
Cortinas	1.513	1.480	1.434	-1,3%
Colchas	121	102	101	-4,1%
Otros	832	822	815	-0,5%
TOTAL	5.820	5.463	5.120	-3,0%

Fuente: Eurostat (2007) y Euratex (2007)

El principal productor europeo de textiles para el hogar es Italia, seguido de Reino Unido, España, Alemania y Francia. Juntos representan el 75% del mercado europeo.

Los fabricantes europeos se centran en productos de alto valor añadido y diseño y exportan a los segmentos más altos del mercado mientras que se aprovisionan de países de bajo coste.

Importaciones europeas de textiles para hogar:

	2002	2004	2006	Principales proveedores en 2006	Cuota (%)
	mill €	mill €	mill €	Cuota de mercado (%)	Cuota (%)
TOTAL	5.180	6.045	6.497		
Intra-EU	1.762	2.189	2.323	Alemania (6), Portugal (5), Belgica (5), Francia (3), Polonia (3), Holanda (2), España (2), Italia (2), UK (2), Romania (2)	36%
Extra EU	3.392	3.856	4.174	Israel (1), Suiza (1), Taiwan (<1), Emiratos Arabes (<1)	4%
Paises en vias de desarrollo	2.685	3.410	3.892	China (18), Turquía (14), Paquistán (10), India (9), Bangladesh (2), Egipto (2), Tunes (1), Indonesia (1), Brasil (1), Vietnam (<1)	60%
TEXTILES PARA HOGAR	3.775	4.308	4.616		
Intra-EU	1.279	1.565	1.633	Portugal (7), Alemania (5), Belgica (5), Francia (2), Polonia (2), España (2), Holanda (2), Italia (2), UK (2), Romania (2)	35%
Extra EU	504	294	199	Israel (1), Suiza (1), Emiratos Arabes (<1), Croacia (<1), Rusia (<1)	4%
Paises en vias de desarrollo	1.992	2.449	2.784	Turquía (16), China (14), Paquistán (12), India (8), Bangladesh (3), Egipto (2), Tunes (1), Indonesia (1), Brasil (1), Moldavia (1)	60%
TEXTILES PARA MOBILIARIO	1.379	1.737	1.881		
Intra-EU	483	624	691	Alemania (8), Polonia (4), Belgica (4), Holanda (3), Francia (3), España (2), Dinamarca (2), Portugal (2), UK (2), Romania (2)	37%
Extra EU	229	151	82	Taiwan (1), Suiza (1), Japón (<1), USA (<1), Rusia (<1)	4%
Paises en vias de desarrollo	667	961	1.108	China (27), India (12), Turquía (9), Paquistán (5), Tunes (2), Vietnam (1), Bangladesh (1), Marruecos (<1), Tailandia (<1), Indonesia (<1)	59%

Importaciones europeas de textiles para hogar:

Los estados de la UE importaron 1.049 toneladas de téxtil para el hogar en 2006, con un valor de 6.5 billones de €.

Entre 2002 y 2006, las importaciones totales europeas se incrementaron un 6.4% anual en valor y un 12.1% en volumen. Por tanto, el precio medio de importación en 2006 fue un 16% inferior al de 2002.

Esta reducción de precio se debe a la competencia de precio entre proveedores y al abaratamiento del dólar.

El 60% de las importaciones del 2006 provinieron de países en vías de desarrollo. China es el principal proveedor (18% del total).

Alemania es el país que más importa (20% del total en valor), seguido de Reino Unido (17%), Francia (14%), España (7%), Italia (7%) y Bélgica (7%).



INDICE



0. INTRODUCCIÓN

1. MERCADO EUROPEO

2. MERCADO ESPAÑOL



Total mercado:

2002: 1.970 millones de €

2007: 2.550 millones de €

8.9% del consumo total de la UE

55€ de consumo per capita (< media UE: 58€)

Crecimiento del mercado de textiles para el hogar:

2002-2006: +29,4.3%

Previsión para el 2010: 2.850 millones €

Aumento de la población

2002: 41.3 millones 2007: 44.5 millones (+7.75%)
2015*: 45.5 millones

Creación de hogares en España

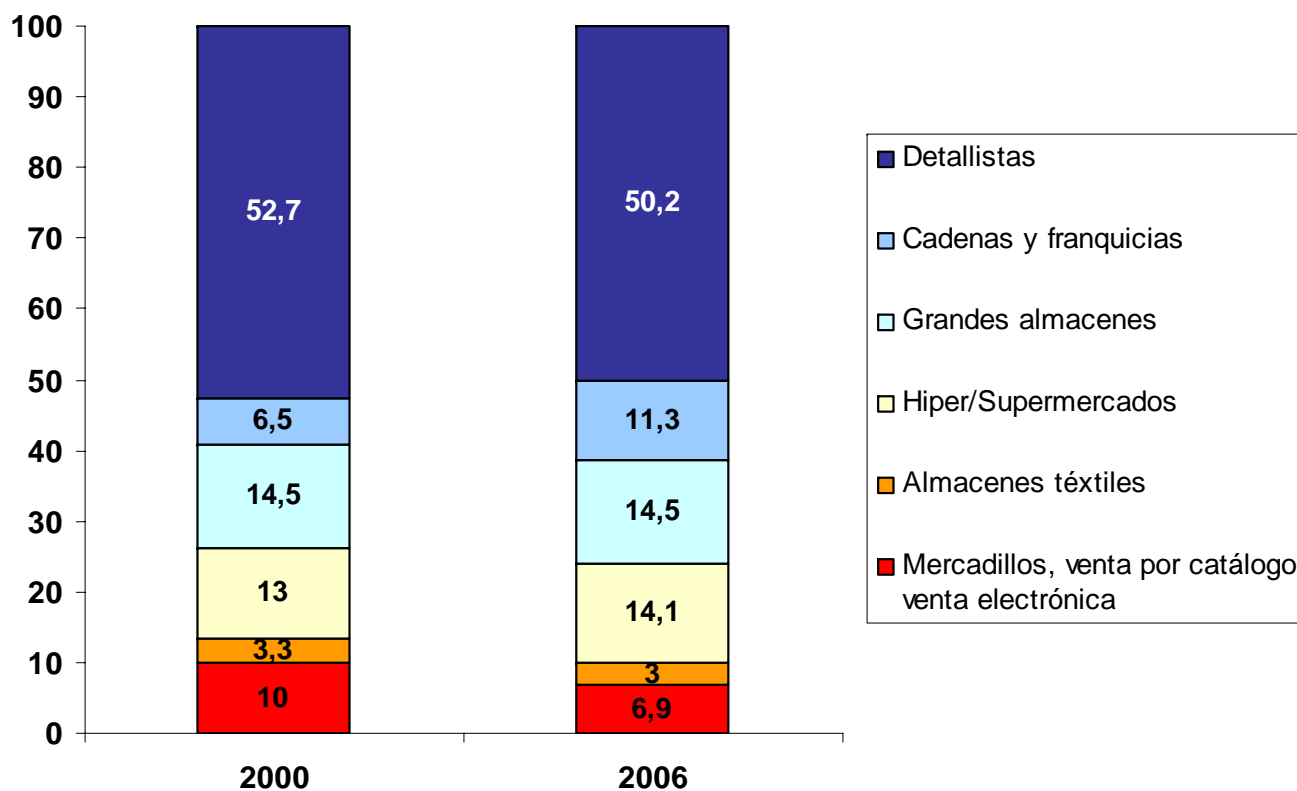
2000/2007: 2.920.000 nuevos hogares **47%** de aumento

El número de personas por hogar ha disminuido de 3.1 en el año 2000 a 2.6 en el año 2007.

Causas

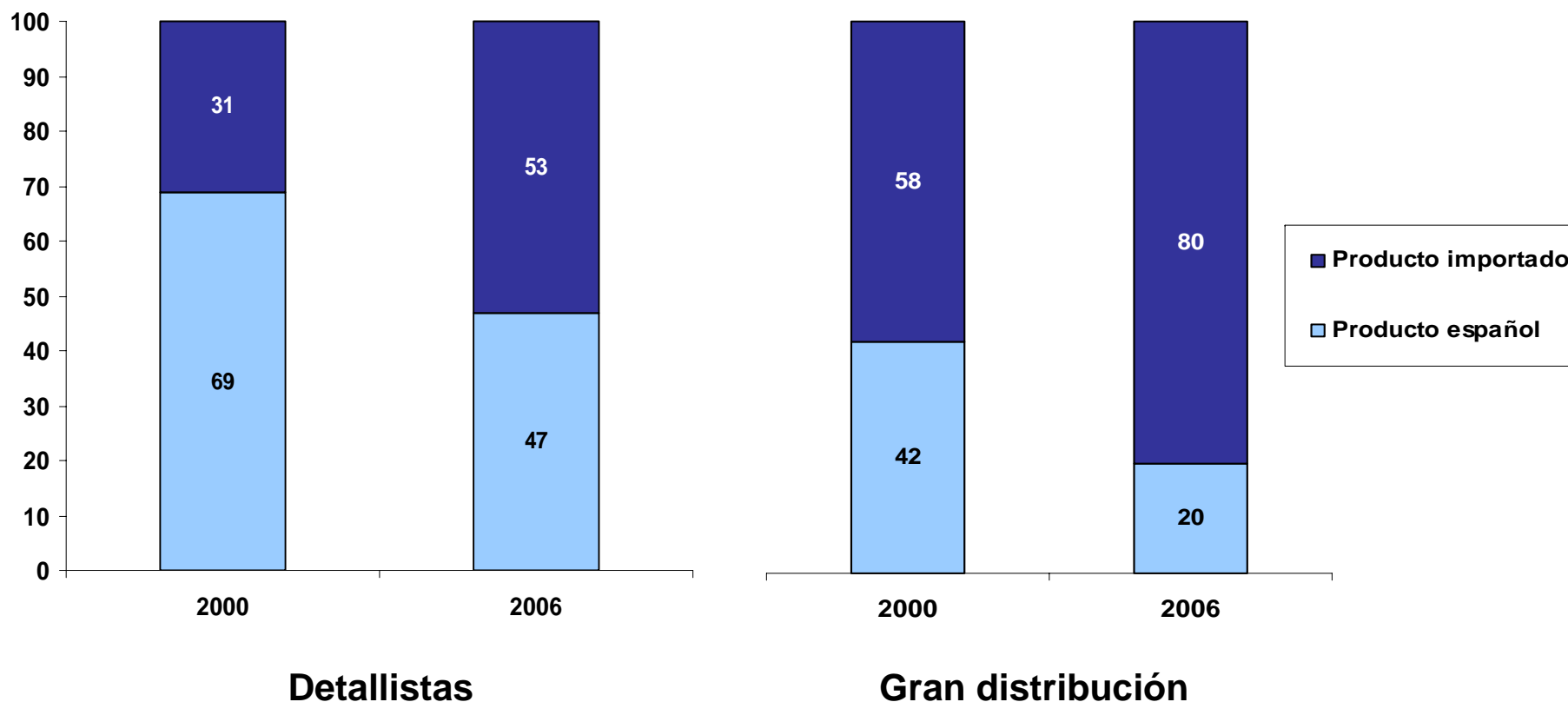
- Los “baby boomers” se independizan
- La inmigración
- El aumento del número de personas mayores viviendo solas
- Separaciones de matrimonios: 140.000 al año

Canales de distribución de ropa de hogar



Fuente:Cityc

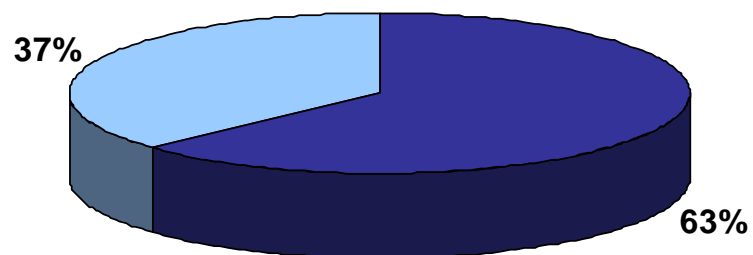
Proporción de producto español-importación en cada canal



Fuente: Cityc

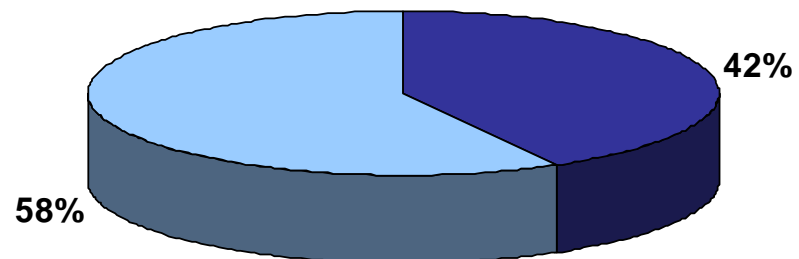
¿Cómo se ha cubierto la demanda?

Año 2000



■ Oferta nacional ■ Importaciones

Año 2007

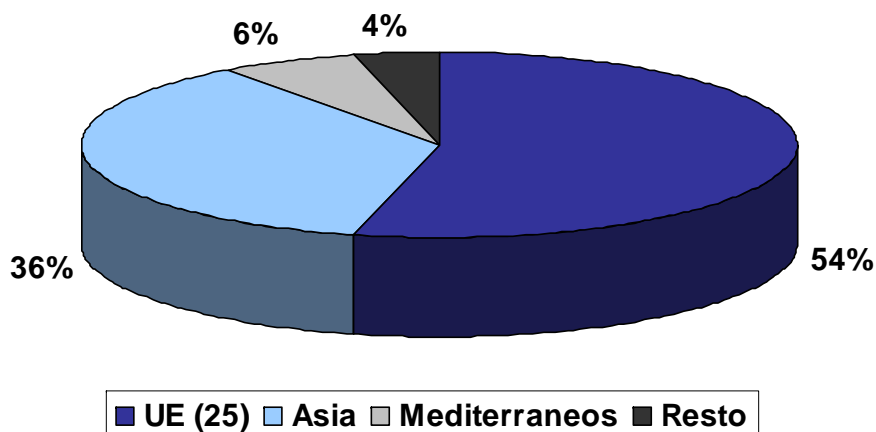


■ Oferta nacional ■ Importaciones

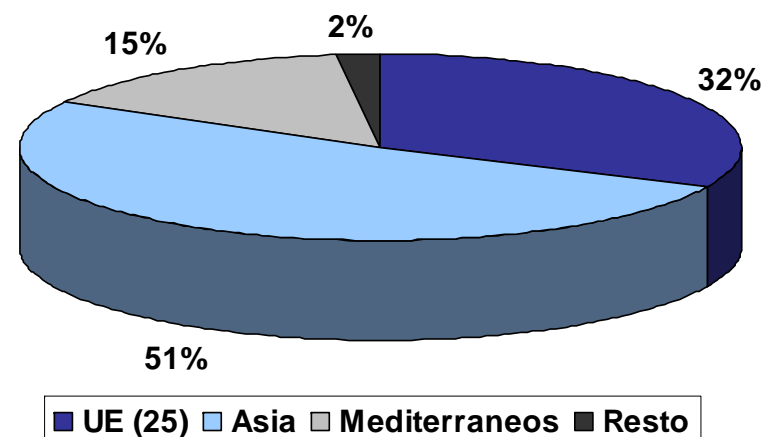
Fuente: Cityc

Origen de las importaciones

Año 2000



Año 2007



2000	%
PORTUGAL	21,3
CHINA	15,4
INDIA	8,5
FRANCIA	7,5
ITALIA	7

2007	%
CHINA	23
PORTUGAL	16,8
PAQUISTAN	12,3
INDIA	10,1
TURQUIA	9,6

Fuente: Cityc

GRACIES PER LA SEVA ATENCIÓ



TECNITEX INGENIEROS S.L.
TERRASSA (Barcelona) – ONTINYENT (Valencia)
www.tecnitex.es

Empreses associades:



INDUSTRIAL TEXTILE ASSOCIATES LL.C. Greer, S.C. USA



CHENGDU ATIF CONSULTING Ltd.Co. , Chengdu, Republica Popular Xina

