

2019

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADO



DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

PERFIL PRODUCTO MERCADO

Cojines decorativos para el hogar en Francia.



2019

I. Producto

Cuando se trata de nuestro hogar, la comodidad es una de las características que probablemente muchos de nosotros asociemos con él o busquemos que el mismo posea; pero no sólo la comodidad es importante, también lo es la estética. Siendo así que compremos muchos accesorios para el hogar, algunos simplemente decorativos; pero otros como las almohadas y los cojines, que cumplen con la doble función de embellecer espacios y al mismo tiempo hacerlos más acogedores y cómodos.

Cabe mencionar la funcionalidad de los cojines, ya que éstos generalmente se usan para cubrir los asientos o para apoyar las rodillas. Normalmente se emplean para suavizar la superficie de sillas, sillones y sofás duros o angulares. También es bueno saber que el uso no está limitado a los espacios cerrados, afuera también se usan; por ejemplo, son buenos cuando estamos en un picnic y queremos recostarnos un rato en el suelo sin que el mismo se sienta demasiado duro, lo mismo cuando queremos echar una siesta sobre el césped (en la universidad, la casa o en cualquier otro lugar). Asimismo, cabe destacar que tienen una amplia variedad en tamaños, formas y decoraciones en las que se les pueden encontrar.

Cuadro N° 1.
Cojines decorativos en el Hogar



Fuente: Blog Homy / inspiración y decoración /cojines.
Elaboración: Inteligencia de mercados

Para conocer mayor información y origen de los cojines visitar al siguiente link: <https://bit.ly/33Fk9R4>

El presente documento analiza la posibilidad del comercio de cojines decorativos para el hogar de Perú con Francia. La elección del análisis de este país ha sido por ser el sexto mercado importador de artículos de ropa, de cama y muebles similares, (**Part. 940490**) en el mundo, presentando a su vez un crecimiento positivo de 8.5% con respecto al año anterior y una tasa de crecimiento promedio anual de 2.8% en términos de valor FOB en los últimos 5 años.

A continuación, se detalla el arancel aplicado por Francia al producto de Los demás artículos de cama y similares (Part. 9404900000)¹. Según el portal Market Access Map (2019) se especifica lo siguiente:

Cuadro N° 2
Francia: Partida Arancelaria de Artículos de ropa, de cama y muebles similares (940490)

Aranceles aplicados por Francia						
Partida	HS 06	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado UE ²	Arancel aplicado a Perú	Arancel Miembros AP ³
9404900000	940490	Los demás artículos de cama similares	3.70%	0%	0%	0%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹ Partida arancelaria nacional (HS 10), donde encontraremos el producto a analizar: cojines decorativos para el hogar

² UE: Unión Europea.

³ Miembros AP: Alianza del Pacífico (México, Colombia, Chile y Perú).

II. Requisitos de ingreso

1. Regulaciones y normas de ingreso

Todo producto en artículos textiles enviada al mercado francés debe cumplir con los siguientes requerimientos establecidos por el Consejo Directivo de la UE:

Cuadro N° 3
Ley y Reglamentos de la UE⁴

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Consejo del Parlamento Europeo	<i>Directiva relativa a la seguridad general de los productos</i>	Setiembre 2001	https://bit.ly/36bcQT0
Consejo del Parlamento Europeo	<i>Restricción en el uso de ciertas sustancias químicas en artículos textiles</i>	Diciembre 2006	https://bit.ly/2QaU0Gb
Consejo del Parlamento Europeo	<i>Etiquetado y marcado de la composición de productos textiles</i>	Setiembre 2011	https://bit.ly/2F9Sc9K
Consejo del Parlamento Europeo	<i>Criterios para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a los productos textiles</i>	Junio 2014	https://bit.ly/2F5jZrZ

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2. Estándares y certificaciones

A continuación; se presentan algunas certificaciones importantes al momento de ingreso de artículos textiles las cuales, deben cumplir los estándares de calidad según la condición del producto.

Cuadro N° 4
Certificaciones

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Fair Trade Max Havelaar	Estos sellos indican que el productor está recibiendo un precio mínimo justo por el producto.	https://bit.ly/1OXgnJB
	Global Organic Textile Standard - GOTS	Estas normas establecen requisitos que son reconocidos mundialmente y que aseguran la condición orgánica de los productos textiles, desde la obtención de la materia prima, a través de una producción responsable con el medio ambiente y el medio social, hasta el correcto etiquetado, a fin de que el producto final ofrezca al consumidor la necesaria seguridad y credibilidad.	https://bit.ly/1nkzVKW
	OEKO TEX	La certificación de productos conforme a la OEKO-TEX® Standard 100 ofrece a las empresas en la cadena textil un instrumento óptimo y un claro valor añadido para su garantía de calidad empresarial. Documenta que los artículos indicados en el mismo han sido inspeccionados con éxito conforme a la OEKO-TEX® Standard 100 y cumplen los requisitos de una clase de productos común.	https://bit.ly/2IZ45C0

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

⁴ La Comisión del Consejo de Parlamento Europeo

III. Estadísticas de competencia del mercado

3.1. El mercado Francés

El mercado Francés, que posee la sexta economía mundial en términos de PIB, se caracteriza por una amplia base de consumidores diversos y sofisticados. Los consumidores franceses son particularmente ávidos de servicios, en especial digitales, culturales y de viajes. El porcentaje de franceses preocupados por los problemas del desarrollo sustentable y el consumo responsable aumenta con fuerza. El precio ha sido tradicionalmente un factor decisivo en el proceso de compra de los consumidores franceses, sin embargo, la calidad tiene cada vez más importancia para el consumidor francés, que ahora tiende a preferir los productos con sello o marca de calidad. Además, la calidad del servicio de posventa es un elemento que tiene cada vez más peso en la elección del lugar donde se va a realizar la compra.

Los consumidores prefieren los productos cuidadosamente embalados, creativos y llamativos. La compra de productos con sellos orgánicos y de comercio justo está en pleno auge. Con la generalización del uso de Internet (80% de los hogares dispone de una conexión a Internet), las compras en línea experimentan un fuerte crecimiento.

En 2016, 80% de los individuos de 30 a 44 años realizaron al menos una compra por Internet.

A medida que los minoristas de internet amplían su gama de productos, especialmente en artículos decorativos para el hogar, se espera que esta tendencia se desarrolle aún más.

Por otro lado la tendencia de conveniencia sigue siendo fuerte y está presionando el consumo general de artículos para el hogar.

Cabe destacar que en Francia, es un país con una población que envejece, la edad media es de 41.4 años. Los consumidores disponen de un poder adquisitivo elevado, con un PIB/habitante de 42.300 USD en el 2017. Para los franceses, la compra va de la mano con un momento placentero. Francia se caracteriza por un consumo elevado de productos de ocio, cultura, regalos y artículos para el hogar. El consumidor francés, relativamente acomodado, es impulsivo, compra frecuentemente y le gusta probar productos nuevos e innovadores.

3.2. Competencia Internacional

De acuerdo a la base de datos del TradeMap (2018), se puede comentar que el mercado de Francia, tiene como principales proveedores de artículos de ropa, de cama y muebles similares (bajo la partida: N° 940490) a mercados como China, el cual es el principal proveedor del mercado francés y ha mostrado un crecimiento promedio anual de 0.6% en los últimos cinco años, registrando en este último un valor de US\$ 128 millones, además de ello China ha tenido una participación de 38% en el 2018. Le siguen otros mercados como India el cual en el último año logró totalizar un monto de US\$ 40 millones con un crecimiento positivo del 13.0% con respecto al año anterior, y posteriormente otros mercados como España (US\$ 36 millones / +2.1%), Polonia (US\$ 17 millones / +3.6%) y Alemania (US\$ 15 millones / +31.2%).

A continuación, se presenta un cuadro resumen con el ranking de los principales proveedores de la partida: 940490 – Artículos de ropa, de cama y muebles similares a Francia con los valores y volúmenes exportados:

Cuadro N° 6.
Artículos de ropa, de cama y muebles similares a Francia (Part. Nro. 940490.)

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	China	125	116	114	119	128	7.8%	0.6%	38%
2	India	33	30	31	35	40	13.0%	4.8%	12%
3	España	30	31	36	35	36	2.1%	4.5%	11%
4	Polonia	20	17	15	16	17	3.6%	-4.7%	5%
5	Alemania	11	10	11	14	15	9.2%	6.7%	4%
	Otros	80	73	82	89	99	10.8%	5.6%	30%
	Total	299	277	289	308	334	8.4%	2.8%	100%

TradeMap (2018). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

IV. Transporte y logística

4.1. Medios de transporte

Cuadro N° 7.
Tiempo de transporte de Perú a Francia

Tipo de Ruta	Ruta	Puerto / Aeropuerto de origen	Puerto de destino	Tiempo de tránsito	Frecuencia de salida
Marítima	De Perú a Francia	Lima - Callao	Le Havre	32 días	SEMANTAL

Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com.

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

4.2. Fletes

Cuadro N° 8
Costo del Flete Promedio hacia Francia

Tipo de contenedor: Marítimo	Costo Aproximado (US\$)
Reffer de 40 pies	\$ 2,300
Reffer de 20 pies	\$ 1,500

Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

V. Canales de distribución

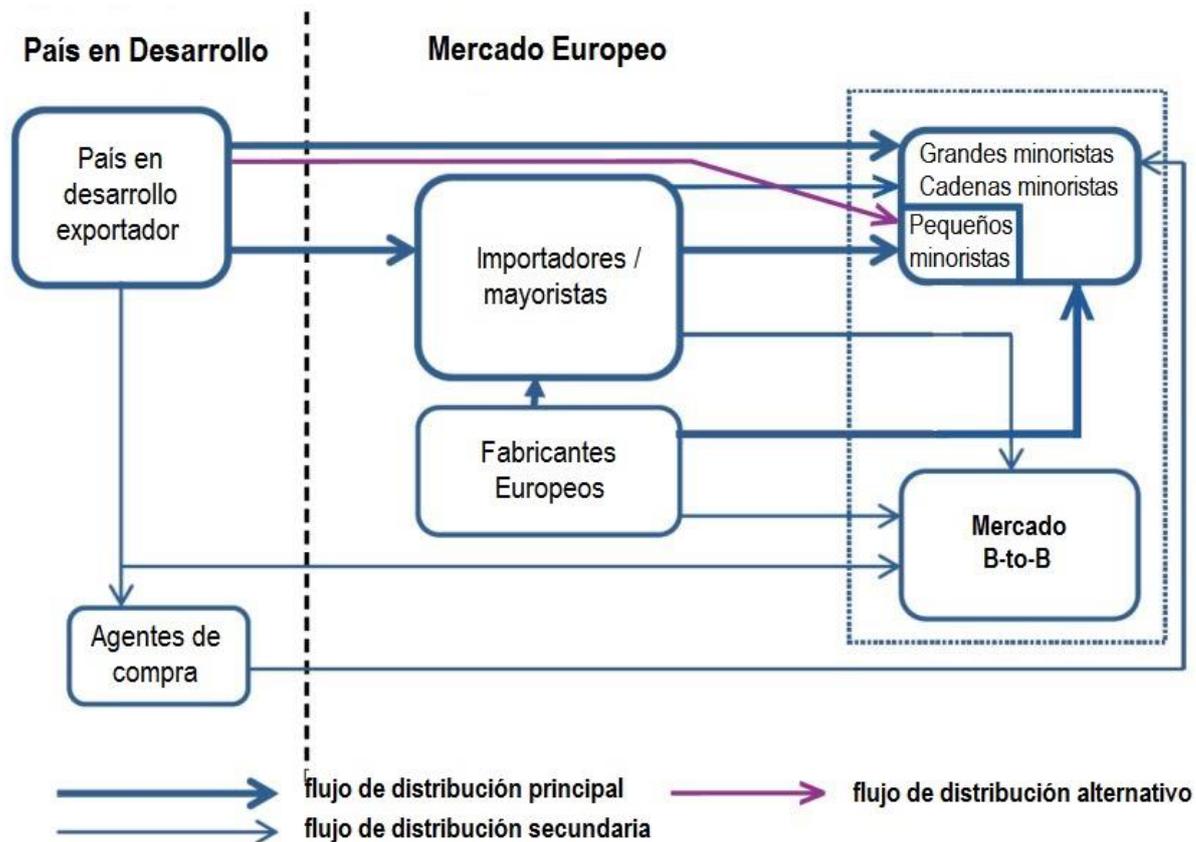
Las importaciones en el mercado europeo de decoración y textiles para el hogar se realizan tradicionalmente a través de importadores mayoristas y minoristas más grandes, o cadenas minoristas. Un número cada vez mayor de minoristas más pequeños también está interesado en comprar directamente a productores de países en desarrollo. Este documento explica cuáles son los pros y los contras de suministrar directamente a estos minoristas.

Los minoristas europeos más pequeños e independientes compran principalmente a mayoristas / importadores nacionales. Sin embargo, al igual que en otros sectores del mercado europeo, como alimentos o ropa, los minoristas independientes en decoración del hogar y textiles para el hogar luchan por competir con las cadenas minoristas y necesitan diferenciar el servicio de valor agregado, así como las ofertas especializadas y la autenticidad. Donde los productos no estarían disponibles, comprarlos directamente de los productores de los países en desarrollo es una forma de lograrlo.

Estructura comercial para la decoración del hogar y textiles para el hogar, lo que indica un flujo de distribución alternativo

- ✓ Para los productores que tienen una capacidad de producción limitada, el suministro a minoristas más pequeños puede ayudar a construir una base de clientes más amplia, en lugar de solo suministrar a uno o dos importadores mayoristas.
- ✓ Cuando se lucha por obtener un margen suficiente en el suministro a importadores mayoristas, atender a minoristas más pequeños puede ser una alternativa.
- ✓ Como un canal adicional para el suministro a importadores mayoristas. De esta manera, puede ayudar a extender su riesgo para un determinado mercado o región. Cuando planea atender a un mercado de esa manera, debe asegurarse de no violar ninguna cláusula de exclusividad que pueda tener con un importador. Si este es el caso, siempre puede considerar el desarrollo de una gama adaptada de productos que no se incluiría en esta cláusula de exclusividad.
- ✓ Los márgenes absolutos son más altos si puede mantener bajos los costos de transporte y otros aspectos logísticos. Esto no es fácil, ya que los pequeños minoristas requieren la entrega a domicilio y también pueden querer servicios adicionales.

Gráfico Nro. 1. Mercado Europeo / Francia: Canales de Distribución y Comercialización del Producto



Fuente: [CBI Market Channels and Segments: Exporting cushion covers of natural fibres to Europe](#)
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

VI. Precios

A continuación se detallan algunos precios cojines decorativos para el hogar con valor agregado en Francia (2019):

Cuadro N° 9.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Cojín Poppy Field Floor
	Presentación del producto	Impreso integrado
	Marca	French Connection
	Precio	\$ 67 dólares
	País de fabricación	Francia
	País de distribución	Francia
	Fecha de lanzamiento	---

Cuadro N° 10.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Cojín Candy Tassel
	Presentación del producto	Impreso integrado
	Marca	French Connection
	Precio	\$ 49 dólares
	País de fabricación	Francia
	País de distribución	Francia
	Fecha de lanzamiento	---

Para mayor información ingresar a: https://www.etsy.com/market/french_throw_pillows

Fuente: Market ETSY. Elaboración: Inteligencia de Mercados

VII. Presentaciones innovadoras con valor agregado de cojines decorativos para el hogar

A continuación se mostraran algunas innovaciones (vale decir valor agregado) que se están comercializando cojines decorativos para el hogar en el mercado de Francia:

Cuadro N° 11

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Cojín de Tucán y flores
	Presentación del producto	Impreso enmarcado
	Marca	JantDesings
	Precio	\$ 65 dólares
	País de fabricación	Francia
	País de distribución	Francia
	Fecha de lanzamiento	---

Cuadro N° 12

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Pink red hydrangea flowers butterfly vintage retro style cushion
	Presentación del producto	Impreso enmarcado
	Marca	KishmishCo
	Precio	\$ 17 dólares
	País de fabricación	Francia
	País de distribución	Francia
	Fecha de lanzamiento	---

Cuadro N° 13

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Hummingbird in a flower blue purple watercolor painting style square linen cushion
	Presentación del producto	Impreso enmarcado
	Marca	KishmishCo
	Precio	\$ 17 dólares
	País de fabricación	Francia
	País de distribución	Francia
	Fecha de lanzamiento	---

Para mayor información ingresar a : <https://www.frenchconnection.com/product/homeware-collection-cushions>

Fuente: French Connection. Elaboración: Inteligencia de Mercados

VIII. Potencial del producto peruano.

Actualmente el Perú se encuentra en la posición nro. 73⁵ de exportación de Los demás artículos de ropa y de cama y muebles similares (Part.940490) donde se encuentra el producto de cojines decorativos para el hogar.

Cuadro N° 13. Exportación de la subpartida 9404900000 – Los demás artículos de cama similares

Principales países de exportaciones peruanas de Cojines decorativos para el hogar al mundo								
(Miles de US\$)								
Principales países de exportación	2014	2015	2016	2017	2018	Var%	TCP%	Part%. 2018
						18/17	14-18	
Estados Unidos	498	406	375	817	878	7.4%	-13.1%	53%
Nueva Zelanda	75	180	176	167	159	-5.1%	20.7%	10%
Chile	36	28	17	20	136	566.7%	39.0%	8%
Ecuador	388	241	512	281	128	-54.3%	-24.2%	8%
Bolivia	48	115	213	93	108	16.3%	22.7%	7%
Resto	574	383	152	137	247	80.8%	-19.0%	14%
Total general	1,619	1,352	1,445	1,516	1,656	9.3%	0.6%	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

Entre las variedades de exportación peruana de cojines decorativos para el hogar exportadas al mundo tenemos: cojines bordados de lana hecho a mano con diseño vintage, cojines de piel de alpaca, cojines de tejido con piel de ovino y diseño vintage, cojines de pluma modelos básicos, cojines de algodón, entre otras variedades que se acoge a drawback.

En el 2018 un total de 109 empresas peruanas exportaron el producto de subpartida (9404900000 – Los demás artículos de cama y similares)⁶ y la principal empresa que realiza mencionado envío es Andes Textiles Perú S.A.C teniendo una participación del 28% de los envíos totales de este producto al mundo. Asimismo, cabe destacar que la principal región de exportación fue Lima.

⁵ TradeMap (2018)

⁶ Partida arancelaria nacional a 10 dígitos donde encontraremos al producto de cojines decorativos para el hogar

IX. Información de interés**1. Ferias y Eventos del sector Textil****Cuadro N° 14.**

Nombre de la Feria	Website	Duración	Ciudad/ País
MIF Expo París 2019	https://www.feriasinfo.es/MIF-Expo-M11969/Pars.html	08 de noviembre 11 de noviembre del 2019	París - Francia
Play Time 2020	https://www.iloveplaytime.com/paris	25 de enero 27 de enero del 2020	París - Francia
Apparel Sourcing Paris 2020	https://10times.com/apparel-sourcing-paris	10 de febrero 13 de febrero del 2020	París - Francia

Fuente: nferias. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

2. Oficinas comerciales en Francia**Cuadro N° 15.**

Oficina Comercial de Perú en París	María del Rosario Pajuelo Escobar
Dirección	120 Av. Des Champs Elysées, Edificio C, 5to piso, París, Francia
Teléfonos	+32 470 86 20 04 / 33-0- 1 40 70 13 05
Email	rpajuelo@promperu.gob.pe
Diferencia Horaria	La zona horaria de Lima: UTC-05:00 o -05 La zona horaria de París: UTC+02:00 o CEST

Fuente: Mincetur. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

3. Links de interés:

- Europa Export Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu/>
- Standards for Organic Textiles – Ecocert (Francia): <https://www.ecocert.com/>
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries - CBI Europa: (<http://www.cbi.eu/>)

4. Bibliografía:

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Acuerdos Comerciales del Perú
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- Market Access Map: www.macmap.org
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe

5. Anexos:

Anexo 1. Principales mercados compradores de artículos de ropa, de cama y muebles similares del mercado francés (Part. 940490)

Cuadro N° 16.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	Bélgica	14	12	11	11	10	-5.5%	-7.9%	14%
2	Alemania	10	8	9	8	9	13.3%	-1.4%	12%
3	España	6	6	7	7	9	23.1%	10.0%	12%
4	Suiza	7	5	5	6	8	35.8%	3.9%	10%
5	Italia	4	3	4	4	5	20.1%	6.2%	7%
	Otros	26	24	26	28	33	17.2%	5.9%	44%
	Total	67	58	62	64	75	-17.5%	2.6%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Anexo 2. Principales mercados proveedores de artículos de ropa, de cama y muebles similares al mercado francés (Part. 940490)

Cuadro N° 17.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	China	125	116	114	119	128	7.8%	0.6%	38%
2	India	33	30	31	35	40	13.0%	4.8%	12%
3	España	30	31	36	35	36	2.1%	4.5%	11%
4	Polonia	20	17	15	16	17	3.6%	-4.7%	5%
5	Alemania	11	10	11	14	15	9.2%	6.7%	4%
	Otros	80	73	82	89	99	10.8%	5.6%	30%
	Total	299	277	289	308	334	8.4%	2.8%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU