



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de la Confección en Finlandia Diciembre 2017

Este estudio ha sido realizado por
Montserrat Delgado Soria, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Helsinki

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN EN FINLANDIA

El volumen anual de mercado de ropa y calzado fue de aproximadamente 4.300 millones de euros en 2016, lo que supone un gasto per cápita de 781 euros al año en ropa y calzado: 119 € en calzado y 662 € en ropa. El volumen de mercado de ropa y calzado cayó en un 7% entre los años 2010 y 2016, esto representa una reducción de unos 320 millones de euros.

En lo que respecta a la confección nacional, según la Asociación Finlandesa de Textil y Moda, la industria de la confección en Finlandia alcanzó un volumen de facturación de 570 millones de euros en 2016, cifra menor que la del año anterior. Este descenso no es casual, ya que la industria experimenta una continua caída desde los años noventa. Asimismo, cabe destacar que menos del 1% de la ropa que adquieren los finlandeses se produce en el país.

Al haber tan poca producción nacional, las exportaciones de ropa y calzado son reducidas, de apenas 350 millones de euros. Sin embargo, se exporta más de la mitad de la ropa que se confecciona en Finlandia.

Mientras que por el lado de las importaciones, estas superan los 1.550 millones de euros. Los países de origen de las importaciones de ropa y calzado con mayor peso son: China, Bangladesh, Vietnam y Suecia. Al mismo tiempo, tanto las importaciones como las exportaciones han mantenido una tendencia negativa en los últimos años.

Se aprecia que es un mercado maduro, donde los agentes existentes están luchando por no perder cuota de mercado. Las empresas con una mayor facturación son todas nórdicas: las finlandesas L-Fashion Group Oy, Marimekko Oyj y Lindex Oy; la sueca H & M Hennes & Mauritz Oy, KappAhl Oy y; y la noruega Dressmann Oy Ab.

Las cadenas de tiendas de ropa, junto con los grandes almacenes e hipermercados, abarcan la mitad de las ventas de ropa. Otro punto de venta importante de ropa son los mercadillos y las tiendas de segunda mano, donde la gente adquiere ropa usada.

En referencia al calzado, la cuota de mercado conjunta de grandes almacenes, hipermercados y cadenas de ropa es del 40%. No obstante, las tiendas de deportes son el principal punto de venta, con un 26% de las ventas totales.

Con respecto a la oferta, entre los factores decisivos en la compra destaca la sensibilidad al precio por parte de los consumidores. De igual modo, los finlandeses compran prendas de ropa básica que se puedan usar en diferentes situaciones. También la dureza del clima finlandés hace que el consumidor busque ropa que esté adaptada al clima. Asimismo, el reciclaje es una característica del mercado finlandés, ya que la compra de ropa de segunda mano tiene especial relevancia en Finlandia.

En lo que se refiere a precios, Finlandia ocupa el tercer puesto como país con los precios más altos de ropa y calzado de toda la Unión Europea, y es el país más caro de la eurozona, según datos de Eurostat.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN EN FINLANDIA

En otro orden de cosas, a continuación se muestra un cuadro con las oportunidades y amenazas del sector:

Oportunidades

- Aumento de las compras en internet a través de tiendas *online* europeas.
- Buena valoración del calzado español.
- Mejora de la economía.

Amenazas

- Dificultad a la hora de encontrar un distribuidor.
- No saber entender correctamente las preferencias del consumidor finlandés.
- La intensa competencia existente en el mercado.

Se ha identificado un aumento significativo de compras de ropa y calzado realizadas por parte de los finlandeses a través de internet en tiendas europeas. Este hecho, podría suponer una oportunidad para las empresas españolas con página web en inglés, y que puedan ofrecer unos precios competitivos.

Al igual, se ha constatado que hay una presencia no desdeñable de calzado español no deportivo en Finlandia, y que este posee una buena reputación en este país debido al diseño y la calidad del producto. Sin embargo, el producto debe estar adecuado al clima y estar disponible en tallas más grandes que en España.

Entre los puntos negativos del sector, destacan las pocas perspectivas de crecimiento, así como la intensa competencia entre las compañías existentes en el sector que, por ejemplo, ha hecho que empresas como la popular cadena de ropa finlandesa Seppälä quebrara. A esto se añade la dificultad de encontrar un distribuidor, y de analizar correctamente las preferencias del consumidor finlandés.