



Estudios de Mercado

El mercado del Mueble en Kuwait Marzo 2016

Este estudio ha sido realizado por David Villoslada Galar bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kuwait

INDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	6
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	9
4. DEMANDA	16
5. PRECIOS	20
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	21
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	22
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	25
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	27
10. OPORTUNIDADES	28
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	29

1. RESUMEN EJECUTIVO

DEBILIDADES (Producto Español).	AMENAZAS (Sector del Mueble Kuwaití).
<p>Escasa promoción de los Muebles fabricados de origen español en el país.</p> <p>Las empresas locales del sector tienen más conocimiento de otros mercados de nuestra competencia como son el italiano, alemán y americano.</p> <p>Competencia de otros países como China, Turquía, Malasia y Egipto.</p>	<p>Hay una alta competencia en el sector.</p> <p>Italia y Alemania lideran el mercado de mobiliario de lujo y gran calidad.</p> <p>China, Turquía, Malasia y Egipto lideran el mercado del mueble de calidad media / baja.</p>
FORTALEZAS (Producto Español).	OPORTUNIDADES (Sector del Mueble Kuwaití).
<p>El mueble español se adecua a la evolución de los gustos Kuwaitís.</p> <p>Buenas Relaciones Comerciales, el mueble español se posiciona en tercer lugar como país europeo exportador de mobiliario a Kuwait.</p> <p>El mueble español tiene una valoración y una imagen aceptables.</p>	<p>Nuevos proyectos de desarrollo residencial promovidos por el gobierno, además junto con otros de turismo e infraestructuras.</p> <p>Alto poder adquisitivo por parte de los ciudadanos kuwaitís. Renta per cápita de 32.864 euros en 2014.</p> <p>La mayoría del mercado del mueble Kuwaití se abastece de las importaciones; la escasa producción local es de gama media-baja.</p>

DAFO del Sector de Mueble Kuwait. Elaboración Propia.

El objetivo de este estudio es la de mostrar la evolución del mercado del mueble en Kuwait durante los últimos 4 años y ver las oportunidades que este ofrece para las empresas españolas del sector.

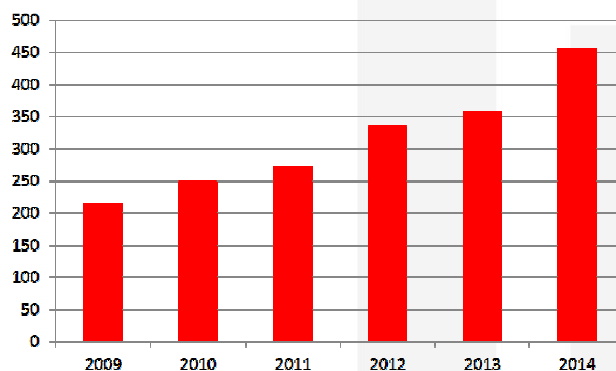
EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

El estudio comprende diferentes categorías de muebles de hogar que suponen en torno al 50% de las importaciones de mobiliario en el país. No se incluirá el mobiliario de baño ni el de cocina.

Kuwait es en general un país exportador como refleja su balanza comercial global; sin embargo, su economía está muy enfocada hacia el sector de los hidrocarburos, mientras que otros sectores como es el caso del sector del mueble, presentan balanzas comerciales claramente negativas. El país cuenta con una pequeña industria de mobiliario de gama baja y orientada al mercado local, cuyo volumen a efectos de este estudio puede considerarse inapreciable. Señalar que Kuwait es un país que carece completamente de masa forestal, por lo que aún la industria local ha de importar mucha de la materia prima que utiliza.

Evolución de las importaciones de la partida 94 (muebles, lámparas, sillas, camas y casas prefabricadas)

Cifras en millones de euros.



Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.

Fuente: UN Database, Central Statistics Bureau of Kuwait

El mercado del mueble en Kuwait crece a gran velocidad. Prueba de ello es el crecimiento que se ha dado en las importaciones: se ha pasado de 215 millones de euros en todo el año 2009 a 224 millones solo en el primer semestre del 2015. Una estimación realizada a partir del gasto medio por familias y otros factores relevantes, muestra que el volumen de negocio se sitúa dentro de una horquilla entre los 450 y 550 millones de euros.

Las exportaciones de Kuwait rozaron los 80 millones de euros en 2014, todo debido a la reexportación salvo por la venta de edificios prefabricados, única sub-partida con balanza positiva en ese año.

Los principales países de los que Kuwait se nutre de mobiliario son, a tendiendo a criterios de calidad/precio, Italia, Alemania, Estados Unidos y España en la gama alta; y China junto a otros países del sudeste asiático en la gama media/baja. España ocupó el tercer puesto dentro de las importaciones de gama alta y el décimo en el total de las importaciones kuwaitís de muebles en 2014.

La población de Kuwait ronda los 4,27 millones de habitantes, de los que sólo un 31% son nacionales kuwaitís. En función de la gama, se puede hacer división de esta población en dos grandes grupos: en la parte superior del espectro de población se encuentra un grupo de kuwaitís de alto poder adquisitivo que son compradores de productos de gama alta. Estos son los principales compradores de muebles de diseño.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

Por otro lado existe una gran parte de la población con rentas más bajas o con un periodo de permanencia limitada a la duración de un proyecto en curso, que demanda un mobiliario más económico y funcional.

El mercado del mueble en Kuwait se encuentra en una fase de crecimiento de la que deberían aprovecharse las empresas españolas para aumentar su presencia comercial y cuota de mercado. La producción local va a seguir siendo un competidor poco significativo, los hogares medios de kuwaitís van a continuar manteniendo una alta renta disponible y se espera un crecimiento apreciable de la construcción residencial y de edificaciones para colectivos (universidades, hospitales, aeropuerto, etc.) Todos estos son factores que llevan a un aumento de la demanda de todo tipo de mobiliario y decoración.

El precio es un factor determinante a la hora de adquirir mobiliario; éste puede variar ampliamente en función del tipo de producto (gamas), así como de su lugar de origen (fabricación) y de la forma de comercialización (efecto IKEA¹). En el caso de los prescriptores, cuando actúan para particulares el precio no suele ser un problema, sin embargo en el caso de grandes entidades (públicas o privadas), la venta del mobiliario se suele realizar mediante licitaciones, y en este caso el precio sí juega un papel fundamental en el proceso de adjudicación, siempre que se cumpla con unas especificaciones técnicas predeterminadas.

La depreciación del euro frente al dinar kuwaití durante los últimos meses podría contribuir a hacer el producto español más competitivo en cuanto a precio. Por lo demás el mueble está gravado con un arancel ad valorem del 5%. No existen impuestos indirectos ni otro tipo de gravámenes. La renta per cápita de Kuwait en 2014 es de casi 33.000 euros, una de las más altas del mundo; sin embargo la distribución de esta riqueza no es equitativa.

En general, y en cuanto al estilo se refiere, se puede apreciar cómo en los últimos años se ha seguido una tendencia en los gustos locales hacia un mueble más funcional, de mayor calidad y diseño moderno y menos decoración exuberante. Cada vez surgen más compañías locales especializadas o prescriptoras de este tipo de mueble, que acuden a ferias internacionales para importar a Kuwait las últimas tendencias y aplicarlas en sus diseños, además de crear recomendaciones de decoración y equipamiento mobiliario.

Kuwait se caracteriza por ser un mercado pequeño y competitivo. Para la distribución y venta de mobiliario en Kuwait, las dos formas más habituales son la venta directa del fabricante al cliente final, o mediante comercio minorista. Estos minoristas se presentan en distintos formatos (distribuidores exclusivos, *retailers* de grandes espacios de venta, etc.) Existen otros modos de entrada que se han empezado a implantar recientemente; como la apertura de franquicias, el uso de modelo mixto minorista-mayorista (IKEA), venta *online*, o la distribución al canal contra vía prescriptores.

Aunque no tiene la fama de sus competidores italianos, el mueble español es conocido en el mercado kuwaití como un producto de alta calidad con una amplia gama de estilos, formatos y tipos, pero con un precio ligeramente más asequible. Quienes mejor conocen el producto español son los prescriptores y diseñadores locales, quienes acuden a ferias internacionales; así como muchos kuwaitís que viajan a Europa con frecuencia, adquiriendo segundas residencias en el sur de España.

¹ El efecto IKEA es la predisposición de los clientes a pagar más por un producto que requiere de la participación del propio cliente para su terminación, es decir, están dispuestos a pagar más dinero por la satisfacción de ser partícipes de la realización del producto final.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

2.1 DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Dentro del mercado del mueble, y dadas las características de la estructura económica del país, se podría llevar a cabo una segmentación en mercados más estrechos:

- Mercado de fabricación de muebles.
- Mercado mayorista de comercialización de muebles.
- Mercado minorista de venta de muebles.

Por lo que respecta al mercado de fabricación de muebles, este mercado de producto se caracteriza en Kuwait por su escaso tamaño y volumen, y con la presencia de muy pocos establecimientos. La Autoridad Pública de Industria² tiene registrados un total de 14 establecimientos / talleres de producción de muebles para distintos usos, que en muchos casos realizan muebles a diseño, si bien pueden tratarse simplemente de decoradores y montadores de muebles como parte de un paquete integrado de servicio para clientes de alto nivel de renta.

El mercado mayorista de distribución de muebles es el más tradicional y el que presenta menores rasgos de innovación y de cambios en el modelo de negocio; sin embargo están viendo un incremento importante en la demanda, especialmente en lo relativo al mobiliario para hospitales y centros de salud, así como para oficinas públicas.

El mercado que ha experimentado un mayor desarrollo, una mayor transformación y crecimiento ha sido el de venta al por menor con la irrupción de hipermercados del mueble como IKEA (en el Centro Comercial Avenues) o la apertura de tiendas en régimen de franquicia (Pottery Barn) o mezcla de tienda de decoración, mobiliario y accesorios, como THE ONE. Junto con estas tiendas de nuevo diseño, coexisten los tradicionales *showrooms* en la zona industrial de Shuwaikh o en el populoso distrito de Hawally.

² Organismo dependiente del Ministerio de Industria y Comercio del Estado de Kuwait.

2.2 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Para realizar una clasificación del mueble, primero definiremos lo que se va a considerar como tal. Existen diferentes tipos de mobiliario que se clasifican bajo las siguientes partidas arancelarias:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
39 22	Bañeras, duchas, fregaderos (piletas de lavar), lavabos, bidés, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas (depósitos de agua) para inodoros y artículos sanitarios o higiénicos similares, de plástico
69 10	Fregaderos (piletas de lavar), lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas (depósitos de agua) para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica, para usos sanitarios
73 24 10	Fregaderos (piletas de lavar) y lavabos, de acero inoxidable
94 01	Asientos (salvo los de 9402) y sus partes
94 02	Asientos médicos, de dentistas, veterinarios, de peluquería, etc. que roten, se reclinen o eleven; y sus partes
94 03	Otros muebles y sus partes
94 04	Colchones, somieres, artículos de cama (cojines, edredones...), mobiliario relacionado, etc.
94 05	Lámparas, accesorios de lámparas, partes, señales luminosas, etc.
94 06	Edificios prefabricados

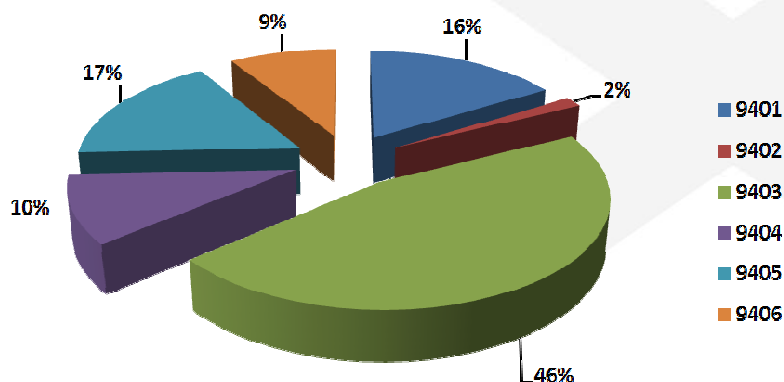
Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.

De todas estas partidas, las relativas al mueble de baño y fregaderos no se contemplarán ya que no son el objeto de este estudio, además de existir divergencias en cuanto a los canales de distribución y venta entre otros. Por ello se va a enfocar el análisis en algunos de los elementos de la partida genérica 94 (muebles, sillas, lámparas, camas y casas prefabricadas) como se especifica en la siguiente tabla, donde se indican las 6 divisiones que forman parte de esta partida arancelaria, y para mayor información, el volumen de las importaciones en el año 2014 de cada una de ellas:

PARTIDA ARANCELARIA		2014
9401	Asientos (salvo los de 9402) y sus partes.	75,78
9402	Asientos médicos, de dentistas, veterinarios, de peluquería, etc. que roten, se reclinen o eleven; y sus partes.	6,85
9403	Otros muebles y sus partes.	215,06
9404	Colchones, somieres, artículos de cama (cojines, edredones...), mobiliario relacionado, etc.	48,45
9405	Lámparas, accesorios de lámparas, partes, señales luminosas, etc.	78,60
9406	Edificios prefabricados.	41,27

*Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.
Cifras en millones de euros. Fuente: UN Database*

Porcentaje del volumen de importaciones en 2014 por partidas



Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E. Fuente: UN Database

Se representa en el gráfico anterior el volumen de importaciones referentes al año 2014 de dichas sub-partidas para hacer notar la gran preeminencia del apartado 9403, con casi un 50% del total, sub-partida específica del mueble en su sentido más popular: el mueble empleado en oficinas, comedores, dormitorios y salones. Éste va a ser por lo tanto el objeto principal de este estudio. En la tabla siguiente se desglosa esta partida a fin de ver más específicamente su contenido.

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
94 03 10	Muebles de metal para Oficinas
94 03 20	Otros muebles de metal
94 03 30	Mobiliario de madera para Oficinas
94 03 40	Mobiliario de madera para Cocinas
94 03 50	Mobiliario de madera para Dormitorio
94 03 60	Otros muebles de madera
94 03 70	Muebles de plásticos
94 03 81	Muebles de otros materiales, incluyendo mimbre, bambú y caña
94 03 90	Partes de camas, escritorios, cajones para material de oficina, tocadores, y otros.

Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.

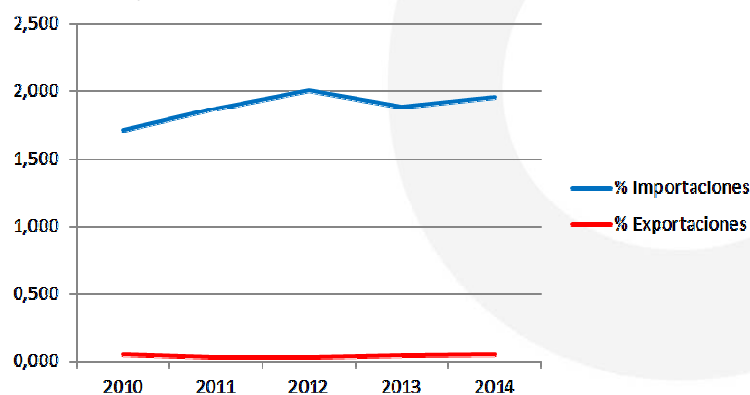
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

3.1 TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado kuwaití del mueble se caracteriza por ser esencialmente de importación. Desde el descubrimiento de los yacimientos de hidrocarburos se dio un gran impulso al desarrollo basándose en el petróleo y sus derivados, mientras que la industria local en otros sectores se ha desarrollado escasamente o nada. Existe una reducida producción local que continúa produciendo mobiliario de gama baja siguiendo los gustos locales. Esta industria suele producir muebles a medida a partir de una materia prima importada (ya que el país no tiene masa forestal), y además no destaca por ser generadora ni desarrolladora de nuevos diseños.

Para apreciar el carácter de mercado de importación que define a Kuwait en el sector del mueble y lo reducido de éste, se muestra, en el siguiente gráfico, el porcentaje de la partida 94 (tipos de muebles, asientos, lámparas... y sus partes) respecto al total de las importaciones y de las exportaciones³ de Kuwait entre 2010 y 2014.

Evolución de las importaciones y exportaciones de muebles y su proporción respecto al total



Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.
Fuente: Central Statistics Bureau of Kuwait

³ En realidad se trata de re-exportaciones.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

Los muebles de importación tienen dos orígenes claramente diferenciados. Se puede encontrar mobiliario de gama alta proveniente de Europa y Norteamérica, con un precio elevado y diferentes estilos. Por otro lado, encontramos muebles de origen asiático (provenientes de China y Malasia principalmente) con estilos funcionales y modernos, pero de una calidad y precio inferiores.

En lo relativo a los puntos de venta y distribución, se puede realizar en Kuwait una división en dos grandes segmentos: comercio mayorista y comercio minorista.

El comercio minorista en Kuwait se ha compuesto tradicionalmente de una larga lista de pequeños locales, de escaso número de empleados y una reducida superficie de exposición; éstos se encuentran repartidos por todo Kuwait aunque con mayor presencia en los distritos de Farwaniya, Hawally y Shuwaikh. Sin embargo también se engloban aquí *retailers* más modernos como ABYAT y ALMUTAWA, con una gran superficie de exposición. Los pequeños minoristas se pueden dividir en dos grupos: los que hacen muebles por encargo (generalmente a productores locales), y las que tienen más catálogos y contactos con empresas internacionales que, propiamente, productos en exposición, como es el caso de PRODESIGN.

Dentro del comercio mayorista se pueden englobar algunas empresas intermediarias, pocas, que también suelen tener tiendas propias.

Existe un tercer grupo que puede actuar como minorista y mayorista a la vez. Aquí se encuentran IKEA con su modelo mixto de venta al por menor utilizando una logística de mayorista, y a algunas de las grandes compañías o holdings que cubren muchos sectores diferentes, como es el caso del Grupo Familiar Al-Ghanim: Estas compañías tienen varias divisiones que en algunos casos pueden interpretarse como integración vertical (importador/distribuidor junto a comercio minorista) con los beneficios añadidos de mantener una buena cooperación interna, reducir costes y de poder aquilatar los márgenes comerciales aplicados a los precios de venta finales.

En los tres grupos existen compañías de diversos tamaños, distinto número de tiendas y superficies de exposición, algunas de ellas alcanzan los 5.000m². El número total de puntos de venta supera el centenar, con una superficie de exposición combinada superior a los 50.000m².

Por otro lado, el gasto promedio por hogar en mobiliario, elementos para el hogar y mantenimiento es del 1,48% de los ingresos mensuales (que equivale a aproximadamente 100 euros)⁴. Con una estimación de 500.000 hogares registrados a 2014 (480.000 en 2011), y asumiendo una quinta parte de ellas sin habitar, la estimación de la cifra de negocios se encuentra dentro de una horquilla entre los 450 y 550 millones de euros.

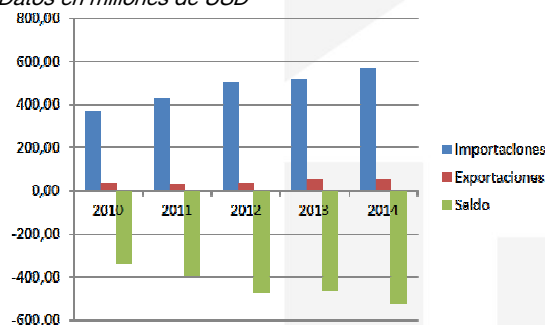
⁴ Tanto la superficie de exposición como el gasto promedio de los hogares, así como el número de hogares, se han estimado/obtenido a partir de datos del Central Bureau of Statistics (www.csb.gov.kw)

3.2 BALANZA COMERCIAL

Poniendo en contraste las importaciones y exportaciones en Kuwait, se puede observar en el siguiente gráfico una balanza deficitaria, que se agranda cada año de la serie, pese a un pequeño aumento de las exportaciones. Este gráfico refuerza también la idea de un crecimiento constante del tamaño del mercado.

Balanza comercial partida 94

Datos en millones de USD



Fuente: Central Statistics Bureau of Kuwait

A continuación se ofrecen los datos de la balanza comercial por sub-partida:

DESGLOSE BALANZA COMERCIAL					
SUB-PARTIDA	2010	2011	2012	2013	2014
9401 (asientos)	-50,03	-50,05	-60,09	-62,80	-85,18
9402 (asientos especiales)	-5,65	-7,86	-6,59	-6,28	-8,73
9403 (muebles y sus partes)	-122,81	-138,66	-167,90	-152,42	-172,21
9404 (camas, somieres...)	-18,95	-25,05	-30,74	-22,31	-26,22
9405 (iluminación)	-40,44	-44,08	-65,99	-66,30	-100,27
9406 (edificios prefabricados)	-11,48	-6,35	-3,71	2,37	12,05

Datos en millones de euros. Fuente: UN Database

El total de las exportaciones de la partida general 94 fue de 49,84 millones de euros en 2013, y de 74,95 millones en 2014. Estos datos son básicamente de reexportación, aunque es interesante mencionar el papel cada vez más importante que la partida de edificios prefabricados está tomando, siendo la segunda en tamaño con un 36% de las exportaciones, y la única positiva.

3.3 PRODUCCIÓN LOCAL

La industria de mueble de Kuwait se caracteriza por su escaso tamaño, representada en un muy limitado número de establecimientos y fábricas. La Autoridad Pública de Industria⁵ tiene registrados un total de 14 establecimientos / talleres de producción de muebles y productos de madera que se relacionan a continuación:

EMPRESA	PRODUCTOS	EMPLEADOS
Beirut Technical Factories	Puertas de madera, marcos de ventanas y muebles	26
Al-Sallal Furniture Factory	Muebles metálicos y de madera	64
Kuwait Wood Industries	Puertas, muebles, cocinas y juguetes de Madera	14
Al-Qatami Furniture Factory	Muebles	26
Yousef Ali Kemal Est.	Puertas de madera y muebles	24
Al-Saleh Modern Carpentry & Furniture Factory	Muebles	6
Smart Wood Factory	Muebles, marcos de ventana de madera	30
Khaleel Mahmiud Trading & Contracting	Muebles, marcos de ventana y puertas de Madera	58
Al-Khateeb Furniture Industries	Muebles de Madera, de metal y casas prefabricadas	210
Kuwait Industrial & Trading Furniture	Muebles y puertas de madera	123
Al-Bakaa Wooden Furniture Man.	Muebles	21
Al-Rass General Trading	Muebles y decoración	9
The Final Touches for Furniture	Muebles	15

Datos obtenidos de La Autoridad Pública de Industria de Kuwait

Se trata de establecimientos y talleres de tamaño mediano (entre 6 y 200 empleados), situados en las zonas industriales de Shuwaikh y Shuaban. Suelen emplear mano de obra poco cualificada, con unos costes laborales bajos. Dada la falta de masa forestal en el país, estos talleres trabajan con materia prima importada, lo que les permite elegir entre diversos tipos de maderas. Sin embargo la industria local carece de diseños desarrollados más allá de lo tradicional o de encargos bajo diseño de terceros.

El negocio de estas empresas se basa en la producción de muebles para el mercado local y a la fabricación por encargo de distintos tipos de mueble generalmente para particulares y estudios de diseño.

⁵ Organismo dependiente del Ministerio de Industria y Comercio del Estado de Kuwait.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

3.4 IMPORTACIONES

Se muestra en la siguiente tabla la evolución de las importaciones de muebles a Kuwait entre 2010 y 2014 (a falta de datos consolidados para 2015) para la partida número 94 (muebles, lámparas, sillas, etc.) y sus 6 sub-partidas:

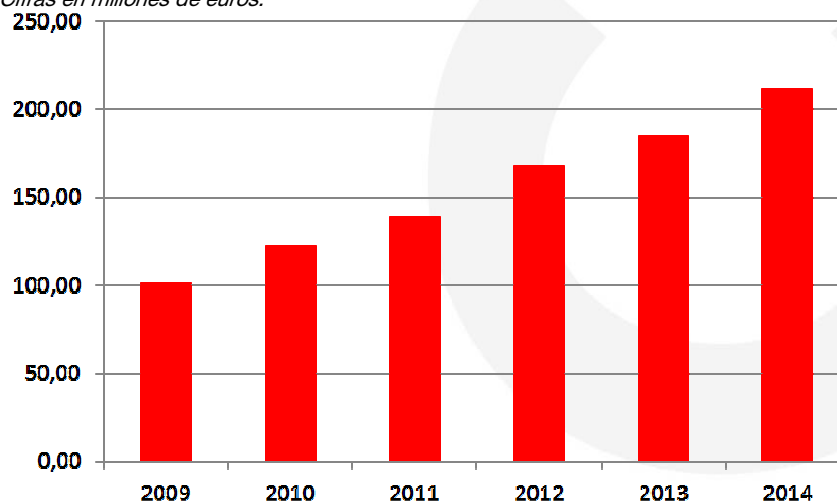
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
9401⁶	32,86	50,03	50,05	60,09	63,94	86,92
9402	5,80	5,65	7,86	6,59	6,39	8,78
9403	101,29	122,81	138,66	167,90	184,79	211,00
9404	15,79	18,95	25,05	30,74	28,81	31,97
9405	37,62	40,44	44,08	65,99	66,99	101,96
9406	21,90	11,48	6,35	3,71	6,65	14,89
TOTAL 94	215,26	249,36	272,05	335,02	357,57	455,52

Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E. Cifras en millones de euros. Fuente: UN Database

Entre las 6 sub-partidas de este punto, la división 9403 (otros muebles y sus partes) además de ser la de mayor volumen, también es la que representa un crecimiento más sostenido, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Crecimiento de la sub-partida 9403

Cifras en millones de euros.



Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.
Fuente: UN Database

⁶ Véase página 7 para definición de las partidas

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

Desde 2010 a 2014 las importaciones de muebles y sus partes se han incrementado sustancialmente, pasando de 121 millones de euros a 211 millones. Este rápido crecimiento es prueba del desarrollo del mercado a gran velocidad, que demanda una gran cantidad de mobiliario de todas las gamas. Un pequeño desglose del origen de los muebles de esta sub-partida muestra cuáles son los principales países proveedores de Kuwait:

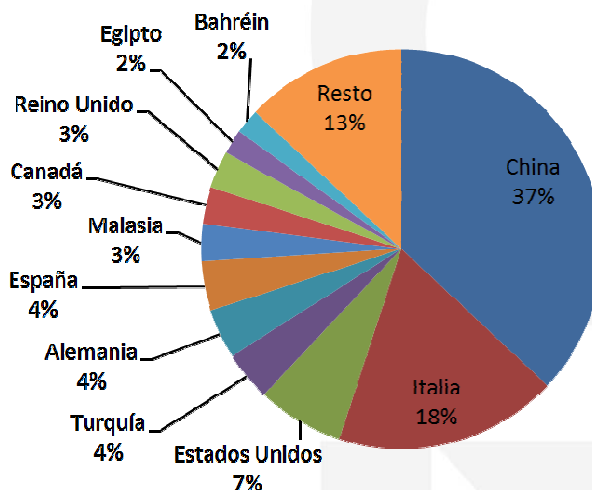
IMPORTACIONES A KUWAIT - PARTIDA 9403 (Otros muebles y sus partes)			
PAIS	2012	2013	2014
China	50,52	56,79	78,17
Italia	35,70	38,84	37,86
Estados Unidos	12,62	9,38	15,41
Turquía	5,74	7,86	8,53
Alemania	7,62	8,28	7,98
España	3,82	6,76	7,51
Malasia	9,43	8,82	7,47
Canadá	3,20	1,13	5,68
Reino Unido	5,90	7,63	5,37
Egipto	4,77	5,90	5,03
Bahrén	7,37	10,02	4,55

Datos en Millones de Euros. Fuente: UN Database

Los principales proveedores de muebles son China, Italia y EE. UU. Italia y EE. UU. lideran en el segmento de gama alta, mientras que China lidera en la gama baja. Si bien el mueble de EE. UU. goza de una muy buena percepción, también es cierto que la marca Italia tiene más peso a la hora de elegir diseños. La influencia norteamericana en el país es notable y por ello existe una enorme penetración de marcas y productos americanos en Kuwait.

A continuación se representa la cuota de importaciones del año 2014 utilizando los datos de la tabla anterior. Con este gráfico queda patente la preeminencia de las importaciones de muebles más económicos de China.

Cuota de los proveedores de muebles



Fuente: UN Database

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

En la tabla siguiente se muestra el total de las importaciones de muebles y el papel que juegan tanto la Unión Europea como España como proveedores del sector.

Evolución Importaciones en Kuwait (partida 9403 – otros muebles y sus partes)	2010	2011	2012	2013	2014
Totales	122,81	138,66	167,90	184,79	211,00
Desde la U.E. (27 ⁷)	43,05	50,46	62,38	72,92	72,95
Desde España	1,64	2,18	3,83	6,76	7,51

Datos en Millones de Euros. Fuente: Eurostat, UN Database

De entre los países europeos de la UE los principales proveedores de Kuwait son: Italia, Alemania, España, Reino Unido, Francia y Polonia. En el caso español, la cifra de exportaciones ha aumentado un 450% en este periodo.

Se muestra a continuación cuáles son los principales proveedores europeos de muebles de Kuwait:

PAIS	2013	2014	VAR. %	2014*
Italia	38,83	37,88	-2,46%	52%
Alemania	8,28	7,99	-3,49%	11%
España	6,76	7,51	11,13%	10%
Reino Unido	7,63	5,37	-29,62%	7%
Francia	3,69	3,96	7,27%	5%
Polonia	3,60	3,91	8,71%	5%

**Porcentaje sobre total exportaciones europeas de muebles a Kuwait*

Datos en Millones de Euros. Fuente: Eurostat, UN Database

⁷ Se utiliza UE-27 en vez de 28 para mantener la coherencia en la serie, ya que Croacia se incorporó en 2013.

4. DEMANDA

4.1. ANALISIS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Los últimos datos publicados por la Autoridad Pública de Información de Kuwait⁸ referentes al volumen de población a marzo de 2016, indican que ésta asciende a 4.276.740 de los que 1.313.650 son kuwaitís y 2.963.090 son expatriados, es decir, apenas un 31% de la población es nativa de Kuwait.

La menor proporción de kuwaitís respecto a los inmigrantes es un rasgo característico de la población del país desde los inicios de la explotación de los hidrocarburos a partir de 1950. Desde entonces, Kuwait ha sido un país receptor de expatriados e inmigrantes procedentes de otros países árabes y del Sudeste Asiático, así como de occidentales.

La población total del estado ha crecido en torno a una tasa media del 4,5% anual desde el año 2000, aunque este ritmo crecimiento se ha venido ralentizado progresivamente desde el máximo de 5,6% en 2008 hasta los 3,6% de 2015. La comunidad de expatriados se compone, en su mayoría, de indios, egipcios, bangladesíes, paquistaníes y filipinos.

En la tabla siguiente se muestran por un lado la evolución y números de la población kuwaití, y por otro los datos de la población inmigrante; ambos según grupos de edad.

GRUPO DE EDAD	KUWAITÍ	NO KUWAITÍ	TOTAL
< 20	605.864	484.557	1.090.421
20 - 29	230.216	599.946	830.162
30 - 49	305.529	1.502.089	1.807.618
50 - 64	116.938	306.515	423.453
>64	49.058	38.294	87.352
Total	1.307.605	2.931.401	4.239.006

Datos obtenidos del Central Bureau of Statistics a finales de 2015

⁸ PACI por sus siglas en inglés (www.paci.gov.kw)

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

A partir de la tabla se obtiene que la población kuwaití representa apenas un 30,85% del total, siendo una población muy joven, un 50% por debajo de los 20 años. Esto es consecuencia del boom poblacional acontecido tras la guerra del Golfo. Este segmento de población kuwaití, en los próximos años accederá a una vivienda, lo que supone una gran oportunidad para el mercado del mueble. En esta línea, el gobierno de Kuwait está llevando a cabo varios planes de urbanización para acomodar a corto plazo a una gran cantidad de nuevas familias.

Mencionar que en Kuwait solo tienen derecho a la adquisición de vivienda los ciudadanos kuwaitís y de otros países del Consejo de Cooperación del Golfo, por lo que la gran mayoría de la población expatriada se encuentra forzosamente bajo régimen de alquiler.

Por otro lado, en el segmento de la población no kuwaití, un 63% se encuentran entre los 25 y los 50 años, lo que responde al grueso de la mano de obra del país.

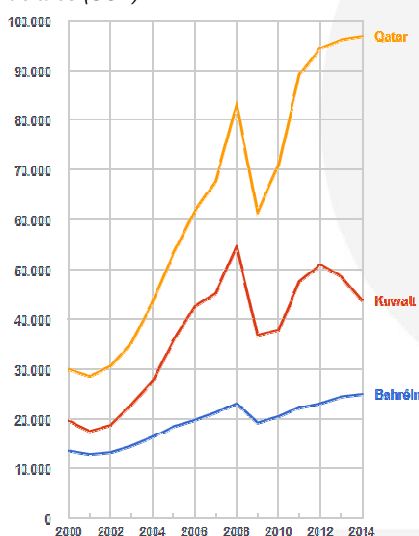
En cuanto a la distribución geográfica de la población, la mayor parte se concentra en los núcleos situados a lo largo de la costa, entre Jahra y Fahaheel.

Merecen especial atención los muebles de segunda mano. Existe una gran variedad de páginas web como *Justlanded.com* u *olx.com* en las que muchos expatriados venden y compran muebles. Muchos de ellos residen en Kuwait por razones laborales, y limitadas a la conclusión de un proyecto, y dado que muchos pisos se alquilan vacíos, prefieren reutilizar muebles en buen estado más económicos en vez de adquirirlos nuevos a sabiendas de que su estancia en el país tiene fecha límite.

El PIB per cápita del país a diciembre de 2014 es de 32.864 euros, y se sitúa en el puesto número 22 del mundo según el ranking oficial publicado por el FMI en octubre de 2015. En el gráfico siguiente se muestra una caída de la renta per cápita en el país, provocada por dos motivos principales: el rápido ritmo de crecimiento de la población y la caída del precio del petróleo.

Evolución del PIB per cápita en Kuwait y países similares 2000-2014

Datos en dólares (USD)



RPC 2014	
Kuwait	32.863,98 €
Qatar	72.924,51 €
Bahrén	18.737,74 €

Datos obtenidos del Banco Mundial via Google Analytics

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

No hay datos oficiales disponibles sobre la distribución personal de la renta en Kuwait, aunque sí se puede acceder a los índices de desarrollo humano que permiten tener una idea aproximada de la situación y el desarrollo socio-económico del país.

Entre 1980 y 2013, el desarrollo económico de Kuwait trajo consigo un incremento anual del 0,09% del índice HDI⁹. Actualmente ocupa el puesto 48 con 0,816 puntos según la última publicación de la ONU, por encima de la media de los países árabes y en consonancia con los países del Consejo de Cooperación del Golfo. El índice de renta de Kuwait en 2012 es 0,925, clasificándolo en el grupo de países considerados "de alto desarrollo humano".

A nivel macroeconómico, el país ha sufrido severamente la caída del precio del petróleo, mal que se tratará de paliar mediante recortes en los subsidios (agua, electricidad, combustibles, determinados alimentos, etc.) o en el pago para tratamientos médicos en el extranjero. Pese a estos esfuerzos, el superávit del estado sigue reduciéndose, lo que ha llevado al gobierno a plantearse más recortes y a poner en marcha planes de diversificación de su economía de los hidrocarburos, principalmente en actividades de intermediación financiera e infraestructuras de transporte.

4.2. SEGMENTOS DE DEMANDA

Como ya se explicó en el apartado anterior, en Kuwait existe una gran diferencia entre grupos sociales, según su nacionalidad y nivel de riqueza. A la hora de buscar negocio en el sector mobiliario estos grupos se pueden estructurar de la siguiente manera, sin olvidar que no son grupos estancos.

- Clase alta o muy alta: Grupo formado casi exclusivamente por kuwaitís con grandes fortunas, bien derivadas de iniciativas empresariales, de acciones relacionadas con el petróleo o heredadas. Estas personas residen en grandes villas, y suelen tener una segunda residencia lejos de su residencia habitual o en el extranjero. Adquieren muebles de gran calidad, y suelen contar con estudios de diseño de interiores de gran confianza.
- Clase media kuwaití: Este grupo está compuesto por la mayoría de los nacionales kuwaitís. Es una clase media acomodada, con gran gusto por lo tradicional y los ambientes recargados. Una característica del consumidor kuwaití, es que a diferencia de lo que ocurre en Europa o en la región de Asia-Pacífico, sus hogares tienden a ser más espaciosos, contando con salas para invitados, y espacios variados que requieren de una mayor cantidad de mobiliario.
- Expatriados occidentales: Personas con mayor o menor poder adquisitivo que demandan ciertas comodidades en general con un presupuesto algo más ajustado. Muchos residen en el país de manera temporal, por lo que no suelen realizar grandes inversiones en mobiliario.
- Expatriados asiáticos: Suponen la mayor proporción de población en el país, son una clase trabajadora con un nivel de ingresos notablemente inferior a los grupos anteriores. Este grupo solo compra muebles en caso de necesidad, y suele buscar mobiliario de bajo precio.

⁹ *Human Development Index*, índice desarrollado por la ONU para evaluar el desarrollo social de un país tomando como referencia tres variables: niveles de renta, educación y asistencia sanitaria.

4.3. TENDENCIAS

Los gustos tradicionales en la mayoría de los países árabes, se pueden considerar excesivamente barrocos desde un punto de vista occidental; destacan las cortinas, alfombras y adornos dorados con volantes, tejidos con abundantes motivos y una profusa decoración en todas las estancias. Sin embargo, en lo que respecta a Kuwait, se ha apreciado un cambio en los gustos de los consumidores, rebajando poco a poco ese despliegue de ornamentación y añadiendo más superficies lisas, sin motivos y más líneas rectas.

Existen múltiples estudios de diseño y arquitectura que en los últimos años abogan por estilos muy próximos a los que se pueden encontrar en la mayoría de puntos de venta de Europa, muebles más funcionales, de diseños minimalistas y naturalistas, que incrementan la sensación de espacio o de contacto con la naturaleza. Estos estudios aplican estos conceptos no solo al mobiliario, sino al propio diseño de los interiores, exteriores y a las estructuras. Estos nuevos estilos cada vez gustan más, y no hace falta más que recorrer la ciudad para ver una explosión de creatividad en arquitectura y diseño.

Un factor muy importante a la hora de comprar muebles, y que diferencia entre estilos, es el precio: así como los ciudadanos kuwaitís de altos ingresos prefieren los nuevos estilos pagando por calidad y diseño, los expatriados demandan más muebles baratos y funcionales. Queda relegado por tanto a la clase media kuwaití ese gusto por lo recargado, que influenciado por los dos extremos ya mencionados, tiende a simplificarse.

En el segmento de muebles para colectividades, las formas y estilos convencionales son los que cuentan con una mayor presencia en el mercado.

5. PRECIOS

El precio de del mobiliario varía en función del tipo de producto, su calidad, así como de su origen (fabricación) y la forma de comercialización. En el caso de los prescriptores para el canal *contract*, el precio es un factor decisivo en la inclusión de referencias de las ofertas que se cierran. También es un factor fundamental en la toma de decisiones en el caso de clientes públicos. Éstos demandan gran cantidad de mobiliario (para edificios administrativos, hospitales, etc.) y aceptarán la oferta más barata siempre que el producto se ajuste a las especificaciones técnicas prescritas.

La constitución del precio final de venta en los establecimientos kuwaitís es similar a la del resto del mundo con una diferencia: en Kuwait no hay IVA. Sin embargo, existen muchos productos que se ven encarecidos (comparándolos con España) por dos motivos principales: el coste de su importación, y los altos márgenes comerciales que se aplican.

Por ejemplo, comparando precios de IKEA en España y en Kuwait a través de su página web, se ve que los precios en Kuwait son entre un 10% y un 40% superiores según el modelo en concreto, a pesar de que en Kuwait no existen impuestos indirectos, y que el arancel para esta partida es solo del 5% “ad valorem”.

En cuanto a los medios de pago, a nivel local se suele utilizar la transferencia bancaria mediante KNet, una compañía de banca electrónica que actúa en todos los países del golfo árabe y que une a bancos y usuarios. Para cantidades menores se prefiere el dinero en efectivo.

Para medios de pago internacionales relativos a la importación de los bienes, se suele utilizar:

- Para cantidades pequeñas la transferencia bancaria.
- Para cantidades importantes, se suele recurrir a medios más seguros como el crédito documentario.

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El mercado del mueble en Kuwait crece a gran velocidad. Prueba de ello es el crecimiento que se ha dado en las importaciones mundiales: se ha pasado de 215 millones de euros en todo el año 2009 a 224 millones en solo el primer semestre del 2015. España se ha consolidado como el sexto proveedor de muebles a Kuwait, por un valor de 7,5 millones de euros.

Aunque no tiene la fama de sus competidores italianos, el mueble español es conocido en el mercado kuwaití como un producto de alta calidad con una amplia gama de estilos, formatos y tipos, pero con un precio ligeramente más asequible.

Quienes mejor conocen el producto español son los prescriptores locales, albaceas del cambio que se está produciendo en el mercado kuwaití hacia un mueble más moderno, estilizado, y funcional; son profesionales que viajan a ferias internacionales para traer las nuevas tendencias a Kuwait, y que establecen relaciones comerciales con promotores españoles.

El mueble español también es ampliamente reconocido por el elevado número de kuwaitís que viajan a Europa con frecuencia: muchos de ellos poseen una segunda o tercera residencia en las costas mediterráneas de España, a donde acuden con asiduidad durante los calurosos veranos kuwaitís. Es este grupo quien se puede permitir buscar el diseño y la calidad sin mirar el precio.

Existen varias marcas de muebles españoles que se venden o se han vendido en Kuwait, tanto de mueble de hogar como de oficina. Los vendedores locales también aprecian la calidad del mueble español.

7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Kuwait es un mercado de tamaño pequeño, que a su vez goza de unos sistemas de distribución comercial modernos y comparables a los de los países europeos.

En Kuwait existen dos formas principales de introducirse en el mercado. Una es mediante el acceso al canal minorista, en el que muchas empresas cierran contratos con exportadores extranjeros para la importación de muebles.

Dentro del mercado minorista se encuentran los distribuidores exclusivos, que suelen llevar más de una marca y que tienen un contacto directo con su suministrador. Este es el caso de PRO DESIGN, empresa que importa muebles principalmente italianos y que aporta un valor añadido al ofrecer servicios de decoración de espacios. Estos distribuidores suelen realizar la promoción de sus productos por sí mismos, contando, según el exportador, con catálogos y apoyo financiero para dicha promoción.

Por otro lado están las empresas, tanto de gran superficie (ABYAT o AL MUTAWA que importan diversas marcas internacionales) como las pequeñas tiendas, que bien tienen más contacto con fabricantes locales o cuentan con empresas más grandes que actúen de mayoristas/suministradores. Dentro del formato de gran superficie, también se pueden encontrar cadenas como Sultan Center y Carrefour, que cuentan con una sección de mobiliario de menor calidad a un precio más barato.

La segunda forma de introducirse en el mercado, es mediante el contacto directo con el cliente final. Cuando existe un interés por parte de un cliente por un producto específico, o una marca, la empresa española puede vender directamente su producto. Se suele dar en casos en los que el cliente es de poder adquisitivo alto, conoce las marcas, y busca la calidad o el diseño por encima del precio.

Estas son las formas más habituales de entrar en el mercado del mueble en Kuwait, dado que el canal mayorista se presenta en forma de integración vertical en algunos holdings principalmente. Sin embargo, existen otras alternativas:

Algunas empresas internacionales han decidido abrir franquicias para la distribución de sus productos, como THE ONE, y POTTERY BARN. Destaca también el CREATIVE DESIGN CENTER, hogar de varias empresas de diseño, e IKEA con su modelo mixto de *retailer* minorista con una logística de distribución mayorista.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

Como una nueva vía para la distribución, está ganando cada vez más peso la venta por internet. En este caso son los minoristas quienes ofrecen sus productos a través de su página web directamente al consumidor final. Esta compra puede incluir el transporte y la instalación del artículo en su lugar de destino.

El canal *contract* es otro de los canales de distribución en auge en Kuwait. Consiste en la participación de la figura del prescriptor, a quien los licitadores delegan la toma de decisiones tanto de carácter técnico como del diseño y de adquisición del mobiliario. Los clientes finales pueden ser particulares, entes públicos o promotores privados, aunque está más orientado a grandes proyectos inmobiliarios. Estos prescriptores son buenos conocedores tanto del mercado como de los productos finales demandados por sus clientes.

Este canal está fuertemente ligado a la evolución y desarrollo del sector inmobiliario y de la construcción. Aunque resulta más complicado introducirse en este canal, existen empresas que se dedican íntegramente a él, o parcialmente mediante filiales. Más común es que sea la propia empresa constructora la que ofrece este servicio o se encarga de buscarlo.

En Kuwait este mercado está controlado por grandes empresas y constructoras, quienes resultan adjudicatarias de este tipo de contratos en la gran mayoría de los casos y aportan o contratan a prescriptores de confianza.

Listado de las principales empresas de distribución de muebles en Kuwait:

EMPRESA	WEB	TIPO DE MUEBLE
AL JABRIYA FURNITURE & INTERIOR CO.	http://www.aljabriyafurniture.com	Mobiliario de Oficina
MIDAS FURNITURE	http://midasfurniture.com	Mueble de hogar y Mobiliario de Oficina
A. M. AL-KHORAFI EST.	http://www.amkhorafi.com/main.php	Mobiliario de oficina
AL ZAYANI TRADING CO.	http://www.al-zayani.com/furniture-storage-solutions	Mueble de hogar y Mobiliario de Oficina
DE ZINE GENERAL TRADING & CONTRACTING	http://www.dezineq8.com	Mueble de hogar y Mobiliario de Oficina
ALI ABDULWAHAB AL MUTAWA COMMERCIAL	http://aaw.com/business/home-office-furniture	Mueble de hogar y Mobiliario de Oficina
JUDY INTERIORS	http://www.judyinteriors.net	Diseño de interiores. Mueble del hogar y mobiliario de oficina
BASAYEL INTERIORS	http://www.basayel.com	Mueble del Hogar, Iluminación y diseño de interiores
SAFAT HOME	http://www.safathome.com/HF/	Mobiliario del hogar
ABYAT	http://www.abyatonline.com	Mobiliario del hogar
RASHDAN ENTERPRISES (GENERAL)	http://www.rashdan-ent.com/Furniture.html	Mobiliario del hogar
CLIENTS GENERAL TRADING	http://www.clients-kw.com	Mobiliario del Hogar. Mueble de Oficina, Diseño de Interiores y suelos
AL JERAWY FURNITURE	http://www.aljerawy.com	Mobiliario del hogar

EL MERCADO DEL MUEBLE EN KUWAIT

THE PRACTICAL DESIGN	http://thepracticaldesigns.com	Mobiliario del hogar, Diseño de interiores y iluminación
DIE BEHBEHANI TRADING	http://hf.diabehbehani.com	Mobiliario del hogar
ELLORA COMBINED	http://www.ellorakwt.com	Mueble del Hogar, Iluminación y Suelos
HAYA HOUSE	http://www.hayahouse.com	Mueble del hogar y accesorios

En cuanto a la competencia al mueble español, se listan a continuación algunas de las marcas extranjeras que se comercializan en el país:

Fendi Casa (Italia)

B&B ITALIA (Italia)

Baxter (Italia)

Wiemann (Alemania)

Minotti (Italia)

Roche Bobois (Francia)

Kenzo (Francia)

Legacy (Estados Unidos)

Broyhill (Estados Unidos)

Bassett (Estados Unidos)

8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

Desde el 1 de enero de 2003 Kuwait forma parte de la Unión Aduanera del Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo (CCG). Esto significa que todos los países miembros del CCG comparten un mismo régimen aduanero. El Código Aduanero Común establece los principios generales de importación y exportación de mercancías, así como los regímenes de exención y suspensión temporal de aranceles. Por lo que respecta a los gravámenes arancelarios, con carácter general, se aplica un tipo arancelario común del **5%** “ad valorem” a la gran mayoría de las importaciones, incluido el mueble.

PARTIDA ARANCELARIA		TIPO
9401	Asientos (salvo los de 9402) y sus partes.	5%
9402	Asientos médicos, de dentistas, veterinarios, de peluquería, etc. que roten, se reclinen o eleven; y sus partes.	5%
9403	Otros muebles y sus partes.	5%
9404	Colchones, somieres, artículos de cama (cojines, edredones...), mobiliario relacionado, etc.	5%
9405	Lámparas, accesorios de lámparas, partes, señales luminosas, etc.	5%
9406	Edificios prefabricados.	5%

*Partidas según Sistema Armonizado válido en Kuwait y la U.E.
Fuente: Madb.helpdesk*

8.1 IMPUESTOS INDIRECTOS

Actualmente no existen impuestos indirectos en Kuwait, aunque el CCG está estudiando su implantación.

8.2 REGULACIÓN A LA IMPORTACIÓN:

El mobiliario objeto de este estudio es de libre importación, no exigiéndose ningún certificado, salvo en los casos de maderas de especies protegidas. Los aranceles aplicables son:

A continuación se puede encontrar información más detallada sobre la documentación necesaria para la exportación de los elementos de la partida 9403 (otros muebles y sus partes) a Kuwait:

REQUISITOS GENERALES
Informe de notificación previa a la llegada del barco
Informe principal
Manifiesto de carga
Declaración aduanera de importación
Albarán de entrega
Factura comercial
Factura pro-forma
Packing List (lista de contenidos)
Certificado de origen no preferencial
Prueba de origen preferencial
Registro comercial
Conocimiento de embarque
Carta de porte aéreo
Declaración anexa a la carta de porte aéreo
Declaración anexa al conocimiento de embarque
Certificado de seguro de transporte
Licencia de importación

Fuente: Market Data Base

8.3 NORMALIZACIÓN Y REQUISITOS TÉCNICOS.

Las regulaciones técnicas para Kuwait vienen establecidas en el marco del CCG, por lo que son comunes para todos los estados miembros, y cualquier añadido o modificación se comunican a la OMC de acuerdo a sus procedimientos.

Las medias aplicadas por el CCG son muy escasas. Este organismo sigue estándares internacionales como referencia (ISO entre otros). Se puede encontrar información específica en la Administración de Aduanas de Kuwait¹⁰, en la página web del CCG¹¹ y en la Autoridad Pública de industria¹².

¹⁰ www.customs.gov.kw/en/Ecustoms.aspx

¹¹ www.gso.org.sa/gso/home.do

¹² www.pai.gov.kw/

9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

El sector del mueble en Kuwait es un sector en expansión. Con una tasa media de crecimiento del 10% durante los últimos 4 años, no hay duda de que seguirá creciendo en los venideros. La demanda de muebles crecerá en función del rápido desarrollo del sector residencial, auspiciado tanto por iniciativa gubernamental como por promotores privados.

Actualmente se están llevando a cabo diversos proyectos urbanísticos dirigidos a cubrir la demanda de vivienda prevista para una joven población kuwaití. Esto traerá consigo la compra de gran cantidad de mobiliario de hogar. Además, las viviendas que actualmente ya se han construido están vacías, y los nuevos residentes han de amueblarlas. Por otro lado, se prevé que las ventas de muebles experimenten un crecimiento notable debido también a la construcción de nuevos edificios públicos (Ministerios, Hospitales y Museos) y centros comerciales. Además, el alto poder adquisitivo de la población Kuwaití y un aumento general de la población harán que se incremente la cifra de ventas.

En lo que se refiere a las empresas locales del sector, se puede percibir que la mayoría de ellos siguen con sus planes de expansión mediante la apertura de nuevas tiendas en el país. Estos muestran un mayor interés por la distribución de marcas internacionales de renombre con el objetivo de poder ofrecer una mayor diversidad de mobiliario.

Las tendencias en mobiliario, el cambio en los gustos, y los nuevos diseños, avanzarán en paralelo a las tendencias internacionales; sin embargo, la falta de ferias sectoriales, así como de publicaciones especializadas en Kuwait dificulta el seguimiento de estas tendencias del mercado.

Otros de los principales proyectos que están en desarrollo en Kuwait, son los relacionados con el equipamiento de organismos públicos (ministerios y oficinas gubernamentales), como la nueva sede del Banco Central de Kuwait, las nuevas oficinas del fondo soberano de Kuwait (Kuwait Investment Authority) y otros complejos ministeriales de nueva construcción.

En lo relacionado con el sector cultural, hay dos nuevos museos en fase de construcción, dirigidos por la oficina privada del Emir de Kuwait: Amirí Diwan. En el sector privado, la nueva sede del Banco Nacional de Kuwait (NBK) es uno de los primeros edificios inteligentes que se están construyendo en el país. Lo mismo sucede en el sector hostelero. El prescriptor en todos estos casos puede optar por contactar con las empresas locales distribuidoras que puedan suplir sus necesidades, o en el caso de requerirse grandes volúmenes, puede contactar directamente con el proveedor extranjero.

10. OPORTUNIDADES

Como se ha mencionado anteriormente, el mercado del mueble en Kuwait es un mercado de tamaño pequeño y altamente competitivo, pero con perspectivas de crecimiento elevadas. Este último factor se traduce en buenas oportunidades para todas aquellas empresas extranjeras que busquen acceder a él, siempre teniendo en cuenta que la única opción de competir es a través de la diferenciación de productos, ya que la competencia en precio es difícil frente a los productores asiáticos que tienen costes de producción mucho más bajos. Esa diferenciación debería venir determinada por una oferta de productos de diseño innovador y exclusivo, alta calidad alta y recoger parte de los gustos y preferencias de estilo del mercado local.

Los buenos datos obtenidos sobre las importaciones de muebles españoles en Kuwait durante los últimos años muestran que los distribuidores locales, así como los diseñadores de interiores y del canal *contract*, están mostrando un interés creciente por el mueble español; tendencia que habría que reforzar mediante acciones de promoción, y no solo en este sector.

La evolución del mercado del mueble se encuentra muy ligada a la evolución del mercado de la construcción. Dado el peso que tiene el sector de la construcción en la economía de Kuwait, dejando el sector de los hidrocarburos a un lado, el gobierno interviene directamente actuando en muchas ocasiones como el propio promotor de los proyectos, incluyendo la construcción en el sector residencial.

Otro factor importante en el mercado kuwaití, es la presencia de prescriptores, arquitectos y diseñadores que desarrollan proyectos de decoración completos a medida. Estos profesionales siguen las tendencias internacionales, y las aplican en Kuwait. Muchos clientes les ceden la decisión de compra del mobiliario, no solo con la idea de encontrar mejores productos, sino para que creen ambientes completos según las últimas tendencias y que también encajen con sus gustos. Estas pautas de actuación son cada vez más comunes, por lo que un contacto estrecho con estos especialistas beneficiaría en gran medida a las empresas españolas.

Las empresas dedicadas al mueble de oficina son numerosas en Kuwait, y al mismo tiempo, el crecimiento de la demanda de este mobiliario es menor. Todo esto hace que sea un mercado más difícil todavía, por lo que un buen precio y contacto directo con prescriptores resulta esencial para poder acceder a adjudicaciones privadas o públicas.

11. INFORMACIÓN PRÁCTICA

11.1 FERIAS Y PUBLICACIONES

Las principales ferias en el país tienen lugar en Kuwait International Fair Ground. No existen en Kuwait ferias ni publicaciones especializadas en el sector del mueble. Destacar las más importantes:

Big Five Kuwait: Feria Internacional del Sector de la construcción.

Building Festival (Baitak): Feria de promoción local de materiales de construcción, mueble, piscinas, ascensores, mobiliarios de baño todo ello enfocado para el consumo del hogar.

11.2 DIRECCIONES DE INTERÉS

Kuwait International Fairground: Oficina de ferias y exposiciones de Kuwait. www.kif.net

Kuwait Chamber of Commerce and Industry: Cámara de Comercio e Industria de Kuwait. www.kuwaitchamber.org.kw.

Ofecomes: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kuwait. www.oficinascomerciales.es

Ministry of Commerce and Industry Kuwait: Ministerio de Comercio E industria de Kuwait. www.moci.gov.kw

Kuwait General Administration of Customs: Administración General de Aduanas de Kuwait. www.customs.gov.kw

11.3 RECOMENDACIONES PARA EL EXPORTADOR

Busque documentación sobre el país en el que quiere hacer negocios. Tanto la Secretaría de Estado de Comercio como el ICEX ponen a su disposición, en sus respectivas páginas web, informes sobre la estructura económica del país, su normativa comercial y la evolución de su economía. Igualmente puede haber informes de mercado, sectoriales o de feria que pueden ayudarle a comprender mejor el mercado y el sector de su interés.

Consulte a la Oficina Comercial cuanta información y aclaraciones pueda necesitar sobre el país antes de dar cualquier paso. Infórmese convenientemente de los requisitos legales para hacer negocios en el país y pida referencias sobre su posible socio.

El inglés es el idioma de trabajo en Kuwait, aunque el árabe sea la lengua oficial. Tenga sus catálogos, perfiles e información corporativa y de su producto o servicio en inglés. Contar con una página web en inglés contribuye a mejorar la imagen de la empresa y su proyección internacional.

La mejor manera de iniciar relaciones de negocios en Kuwait es el contacto personal directo, por lo que el viaje comercial resulta indispensable. Al socio local gusta conocer con quién va a hacer negocios, qué hace y cómo; y suele ser, en general, bastante receptivo a recibir visitas comerciales.

La mejor manera de empezar la exploración de las posibilidades que ofrece el mercado kuwaití en un sector concreto es acercarse a él de primera mano, bien mediante la participación en misiones comerciales con agrupador, o en viajes individuales. En caso de tener ya algún socio o contacto en el país, esto le permitirá conocer mejor con quién está tratando, ya que podrá verse cara a cara directamente en sus instalaciones (oficina, taller, almacén, tiendas).

No acepte la primera oferta que le hagan y espere a confirmar el interés de las otras empresas con las que haya mantenido entrevistas o algún tipo de comunicación. La actividad de promoción comercial es muy dinámica en Kuwait.

El socio local es una pieza fundamental para hacer negocios en Kuwait tanto por exigencias de la ley comercial como por la necesidad de poder entrar en un mercado bastante consolidado en muchos sectores. La elección es complicada, pero hay que prestar atención a algunos aspectos como: quiénes son sus clientes, la cartera de fabricantes/exportadores a los que representa y los márgenes/comisiones que solicita para la distribución de los productos. El socio local es igualmente importante en licitaciones públicas de bienes y servicios, ya que hace la entrega de la documentación a las autoridades competentes, está al corriente de los plazos y se encarga de resolver los problemas que puedan surgir.

Los trámites administrativos son en ocasiones lentos y complicados, por lo que el socio local juega un papel vital a la hora de facilitar las operaciones en curso. Debe saber qué trámites llevar a cabo, quiénes toman las decisiones y cómo solucionar posibles imprevistos que puedan surgir.

El precio sigue siendo uno de los factores determinantes de compra, pero la calidad del producto y la fiabilidad del servicio son cada vez más apreciadas por los compradores locales. Hacer hincapié en la relación calidad-precio es importante a la hora de establecer una relación comercial.

La imagen de España es buena, pero muy focalizada en el fútbol, Andalucía y ciertos estereotipos. Durante las reuniones de negocios es posible que salga el tema del fútbol, la Costa del Sol o la comida. Esta situación se puede aprovechar sin ningún reparo para simpatizar con el empresario, quien tras una buena charla puede estar más predispuesto a colaborar comercialmente.