

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Praga

## El mercado de la cerámica decorativa en la República Checa

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

# El mercado de la cerámica decorativa en la República Checa

Este estudio ha sido realizado por Ángel Ignacio Abellán Hernández bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Praga

**Enero 2004**

## INDICE

### RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES 5

### I. INTRODUCCIÓN 6

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS 6

### II. ANÁLISIS DE LA OFERTA 7

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO 7
- 1.1. Tamaño de la oferta 7
- 1.2. Análisis de los componentes de la oferta 8
2. ANÁLISIS CUALITATIVO 29
- 2.1. Producción 29
- 2.2. Obstáculos comerciales 30

### III. ANÁLISIS DEL COMERCIO 32

- 1.1. Canales de distribución 32
- 1.2. Principales distribuidores 32
2. ANÁLISIS CUALITATIVO 32
- 2.1 Estrategias de canal 32
- 2.2 Estrategias para el contacto comercial 33
- Asociación de la industria del cristal y cerámica en República Checa 33
- Unión de cooperativas checo-moravas 33
- 2.3 Condiciones de acceso 33
- 2.4 Promoción y publicidad 33
- 2.5 Tendencias de la distribución 34

### IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA 35

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO 35
- 1.1. Factores sociodemográficos 35
- 1.2. Factores económicos 35
- 1.3. Distribución de la renta disponible 36

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	36
2.1. Hábitos de consumo	36
2.2. Hábitos de compra	36
2.3. Preferencias	36
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	37
<b>V. ANEXOS</b>	<b>38</b>
1. INFORMES DE FERIAS	38
2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	39
3. BIBLIOGRAFÍA	42

## **RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES**

El mercado de la cerámica decorativa en la República Checa no es un mercado muy desarrollado, teniendo en cuenta, sobre todo, que lo más valorado, producido y demandado, dentro de la decoración de interiores, es el cristal de Bohemia. Las cifras de producción no son muy importantes, al igual que las de importaciones y exportaciones. Entre Alemania, que es el principal socio comercial de la República Checa y China abarcan el 70% de las importaciones de los diferentes productos de cerámica decorativa. Por otra parte, la producción de cerámica decorativa no es un componente significativo dentro de la rama NACE en la que se encuadra, la 26, fabricación de productos de cerámica no refractarios para otros propósitos diferentes de la construcción.

Nos encontramos pues, y a tenor de todos los datos que se han manejado ante un mercado poco desarrollado, con poca oferta y poca demanda y en el que las importaciones están acaparadas por Alemania y China en más de un 70%.

Por otra parte, en la elaboración del presente estudio, fue bastante difícil encontrar profesionales que se dedicasen a esta rama del sector, ya que la mayor parte de la cerámica que se fabrica e importa es como material de construcción. Al ser preguntados sobre cerámica decorativa, respondían que no trabajaban esa rama, ya que bien se dedicaban a la cerámica como material de construcción o al cristal y porcelana como elementos decorativos.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

Como hemos dicho anteriormente, la división NACE en la que se encuadra la fabricación de cerámica es la 26, la de fabricación de cristal, cerámica, porcelana y materiales de construcción y se divide en los siguientes subgrupos:

26.1 Fabricación de cristal y productos de cristal

26.2 a Fabricación de productos de cerámica no refractarios para otros propósitos diferentes de la construcción.

26.2b Fabricación de productos de cerámica refractarios

26.3 Fabricación de pavimentos y revestimientos cerámicos

26.4 Fabricación de ladrillos, revestimientos y materiales de construcción en gres.

26.5 Fabricación de cemento, cal y yeso

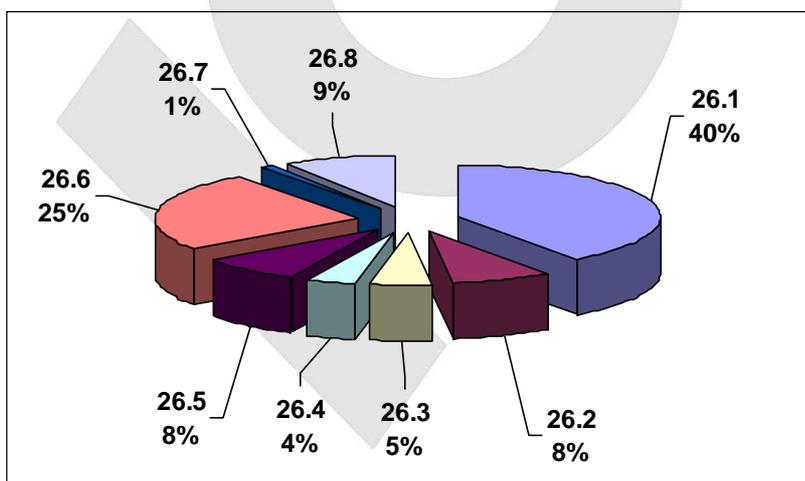
26.6 Fabricación de artículos de hormigón, yeso y cemento

26.7 Corte, moldeado y acabado de piedra decorativa y de construcción

26.8 Fabricación de otros productos minerales no metálicos

Los grupos 26.1 y 26.2a pertenecen a bienes de consumo.

División en la producción de la división NACE 26



Tal y como se puede observar, el grupo 26.2, que aglutina la producción de artículos de cerámica refractarios y no refractarios, supone un 8% de la producción total de la división 26.

## II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

### 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

#### 1.1. Tamaño de la oferta

	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento
<b>Producción</b>	8481	10149	11452	9734	sin datos	5,80%
<b>Importaciones</b>	5221	5764	5794	5575	sin datos	2,40%
<b>Exportaciones</b>	7125	8552	9216	8510	sin datos	6,69%
<b>Consumo aparente</b>	6577	7361	8030	6799		1,86

\*Fuente: Informe anual de industria del Ministerio de Comercio e Industria

\*Cifras expresadas en millones de coronas checas

\*Tasa de cambio: 1 € = 32 KC

Hay que tener en cuenta que estos datos se refieren al subgrupo NACE 26.2. Hay que recordar que este grupo se divide a su vez en 26.2a y 26.2b, sin que existan datos individuales para cada uno de estos subgrupos.

	1999	2000	2001	2002
NACE 26.1	34335	41661	46440	46018
NACE 26.2	8481	10149	11452	9734
NACE 26.3	6303	6876	6942	6392
NACE 26.4	4457	4355	5021	5126
NACE 26.5	10844	11105	10393	9825
NACE 26.6	20098	23653	26044	27690
NACE 26.7	1894	1986	1368	1340
NACE 26.8	6741	7063	7582	11012
<b>TOTAL</b>	<b>93156</b>	<b>106849</b>	<b>115245</b>	<b>117140</b>

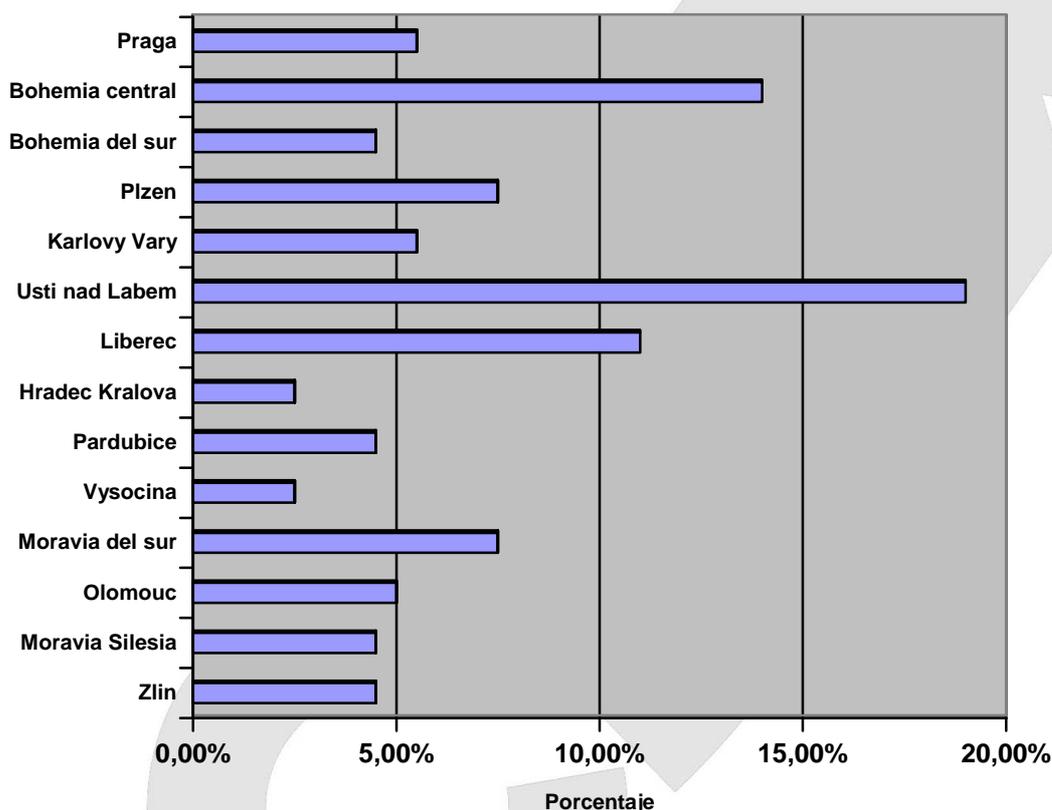
Tabla de producción de toda la división 26 de actividades económicas

Como bien se pudo observar en el gráfico de más arriba y ahora en esta tabla, la actividad más prolifera dentro de la división NACE 26 es el grupo primero, de fabricación de cristal, con aproximadamente un 40% del total de la rama, seguida del grupo 26.6, fabricación de hormigón y cemento, con un 25%. El subgrupo que nos ocupa, abarca un 8% del total, teniendo en cuenta que este subgrupo se halla a su vez dividido en otros dos.

## 1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Esta tabla muestra la división regional de la rama, según la nueva nomenclatura de

Porcentaje de producción según regiones



las 14 regiones de la República Checa. Las principales bases de producción para la fabricación de cristal y cerámica fina se hallan en las regiones de Usti nad Labem, Liberec, Karlovy Vary y Plzen. La producción de cristal se localiza sobre todo en las regiones de Usti nad Labem y Liberec. Por su parte, la producción de cerámica está localizada en las regiones de Karlovy Vary y Plzen.

Con respecto a las importaciones, es especialmente destacable el hecho de que Alemania (principal socio comercial de la República Checa) y China, copan más del 70% de las importaciones de cerámica decorativa de la República Checa.

Concretamente de los productos de códigos TARIC 6909 (aparatos y artículos de cerámica), 6912 (vajillas y demás artículos de uso doméstico, de cerámica), 6913 (estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica) y 6914 (demás manufacturas de cerámica), tal y como muestran las siguientes tablas:

Datos correspondientes a 1999

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
Alemania	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	56,50%	28724
Japón	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	18,20%	9271
Italia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	6,95%	3540
Austria	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	5,20%	2667
China	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2,60%	1343
Francia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,60%	862
Korea	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,40%	711
Eslovaquia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,73%	371
Eslovenia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,65%	334
Suiza	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,58%	299
<b>Total</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909		<b>50815</b>
<b>España</b> (15)	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,30%	150

Datos correspondientes a 2000

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
Alemania	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	71%	76674
Japón	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	6,60%	7195
Francia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	3,47%	3758
<b>España</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	3,46%	3744
Austria	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	3,27%	3536
China	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2%	2183
Suecia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,98%	2147
Italia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,50%	1667
Reino Unido	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,95%	1036
E.E.U.U.	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,93%	1007
<b>Total</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909		<b>108025</b>

Datos correspondientes a 2001

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
Alemania	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	66%	69772
Japón	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	9%	9573
Austria	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	6,80%	7258
Francia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	4,35%	4613
E.E.U.U.	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2,60%	2747
Italia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2,20%	2341
Reino Unido	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,20%	1288
Holanda	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,17%	1238
China	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1%	1092
Suiza	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,77%	822
<b>Total</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909		<b>105603</b>
<b>España (13)</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,47%	503

Datos correspondientes a 2002

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
Alemania	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	70%	110411
E.E.U.U.	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	7,10%	11207
Reino Unido	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	5,75%	9085
Suecia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	3,50%	5524
Austria	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2,73%	4299
Japón	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,96%	3099
Italia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,80%	2875
Francia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,69%	2673
Eslovenia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,89%	1407
Suiza	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,86%	1366
<b>Total</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909		<b>157390</b>
<b>España (26)</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,00%	6

Datos correspondientes a 2003 (sólo hasta noviembre)

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
Alemania	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	73%	153817
Japón	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	5,88%	12395
Reino Unido	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	4,69%	9897
E.E.U.U.	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	3,72%	7855
Francia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	3%	6439
Austria	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2,54%	5360
Italia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	2,43%	5134
India	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	1,10%	2338
Australia	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,91%	1937
Suiza	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,51%	1087
<b>Total</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909		<b>210772</b>
<b>España (15)</b>	Aparatos y artículos de cerámica. Taric 6909	0,25%	515

Como bien se puede comprobar observando estas tablas, Alemania es, con diferencia, el principal importador de aparatos y artículos de cerámica en República Checa, con unos porcentajes medios de importación del 70%. También Austria, Japón, Francia, Italia, Reino Unido y EE.UU. suelen ocupar las primeras plazas. La posición de España no es especialmente importante, ya que tan sólo en el año 2000 consigue una cuota de importación reseñable, del 3,46%, ocupando la cuarta posición en el orden de importadores. El resto de los años las importaciones españolas no son significativas.

Datos correspondientes a 1999

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	24,30%	37226
Polonia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	18,60%	28564
Reino Unido	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	13,50%	20762
Alemania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	9,50%	14617
Rumanía	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	6,94%	10630
Italia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4,75%	7300
Francia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	3%	4696
Eslovenia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,85%	4368
Portugal	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,82%	4325
Eslovaquia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,40%	3703
<b>Total</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912		<b>153105</b>
<b>España</b> (19)	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	0,43%	673

Datos correspondientes a 2000

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	29,30%	58960
Polonia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	15,43%	30953
Reino Unido	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	11,50%	23097
Alemania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	9,20%	18470
Rumanía	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	8,70%	17458
Italia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4,67%	9385
Brasil	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,58%	5194
Rusia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,23%	4476
Taiwán	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,16%	4344
Francia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,74%	3492
<b>Total</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912		<b>200586</b>
<b>España (20)</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	0,35%	705

Datos correspondientes a 2001

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
China	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	40,63%	84108
Alemania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	9,49%	19644
Rumanía	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	9,41%	19484
Polonia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	8,28%	17155
Italia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	5,26%	10895
Reino Unido	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4,53%	9396
Eslovaquia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	3,63%	7534
Francia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,40%	4980
Tailandia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,38%	4937
Portugal	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,90%	3933
<b>Total</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912		<b>206998</b>
<b>España (16)</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	0,76%	1583

Datos correspondientes a 2002

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	52,70%	120289
Rumanía	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	10,80%	24971
Alemania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4,80%	10941
Ucrania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4,70%	10664
Eslovaquia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4%	9217
Italia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	3,77%	8600
Reino Unido	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2,29%	5237
Tailandia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	2%	4659
Portugal	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,91%	4356
<b>España</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,89%	4330
<b>Total</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912		<b>227923</b>

Datos correspondientes a 2003 (sólo hasta el mes de noviembre)

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	50,40%	111999
Rumanía	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	14,17%	31438
Ucrania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	5,33%	11842
Italia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	4%	9182
Alemania	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	3,80%	8997
Eslovaquia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	3,37%	7476
Portugal	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	3,27%	7272
Brasil	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,60%	3562
Eslovenia	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,42%	3151
<b>España</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912	1,30%	2924
<b>Total</b>	Vajillas y demás artículos de uso doméstico. Taric 6912		<b>221830</b>

Para las vajillas y demás artículos de uso doméstico, de cerámica, es China el país que abarca la mayor parte de las importaciones de la República Checa, con unos índices que oscilan desde el 25% al 52% según el año. Para este producto, Alemania no tiene su habitual posición de privilegio y no suele pasar del tercer puesto del índice. Por su parte, España, tiene algo más de presencia que en otros productos de cerámica y se sitúa entre los 20 primeros países, llegando incluso a los diez primeros puestos en los dos últimos años, con unos porcentajes de importación del 1,5%, aproximadamente.

Datos correspondientes a 1999

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
China	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	42,80%	84040
Alemania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	32,80%	64494
Vietnam	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	4,47%	8767
Polonia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	3,53%	6934
Eslovaquia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	3,13%	6146
Lituania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,53%	3017
Italia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,28%	2516
Rumanía	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,27%	2497
Holanda	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,19%	2342
<b>España</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,17%	2297
<b>Total</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913		<b>196085</b>

Datos correspondientes a 2000

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	48,80%	94417
Alemania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	26,71%	51611
Vietnam	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	4,84%	9364
Eslovaquia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	3,45%	6674
Polonia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,11%	4077
<b>España</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,73%	3355
Holanda	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,43%	2781
Lituania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,34%	2601
Ucrania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,12%	2164
Italia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,10%	2129
<b>Total</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913		<b>193197</b>

Datos correspondientes a 2001

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
China	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	47,52%	99609
Alemania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	28,34%	59406
Vietnam	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	4,61%	9675
Polonia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,10%	4418
Eslovaquia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,06%	4323
<b>España</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,80%	3782
Lituania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,70%	3564
Portugal	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,49%	3124
Turquía	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,37%	2878
Italia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,09%	2287
<b>Total</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913		<b>209608</b>

Datos correspondientes a 2002

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	47,83%	91416
Alemania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	30,91%	59076
Vietnam	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	3,37%	6452
<b>España</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,61%	4995
Lituania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,27%	4348
Eslovaquia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,03%	3886
Ucrania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,34%	2570
Tailandia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,22%	2337
Polonia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,11%	2137
Italia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	0,90%	1901
<b>Total</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913		<b>191120</b>

Datos correspondientes a 2003 (sólo hasta noviembre)

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
China	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	41,52%	63342
Alemania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	35,97%	54875
Vietnam	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	6,10%	9365
Lituania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	2,06%	3155
<b>España</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,89%	2896
Polonia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,75%	2674
Tailandia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,56%	2384
Eslovaquia	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,44%	2199
Ucrania	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,13%	1728
Portugal	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913	1,12%	1710
<b>Total</b>	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica. Taric 6913		<b>152531</b>

Como se puede observar, una vez más, China y Alemania son las que copan las importaciones checas de estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica. En este caso es China la que ocupa la primera posición y entre estos dos países abarcan alrededor del 80% de las importaciones totales. En el caso de España, se sitúa en los primeros lugares, concretamente en el cuarto y quinto puesto. Sin embargo, el volumen de importación tampoco es demasiado significativo, ya que sus registros más altos se producen en el año 2002, con un 2,61% del total de importaciones, equivalente a 4.995.000 coronas checas, lo cual tampoco es una cifra excesivamente elevada.

Datos correspondientes a 1999

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
Alemania	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	67,90%	146526
Eslovaquia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	7,81%	16843
Italia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	5,29%	11408
Rumanía	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,36%	5094
Francia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,11%	4556
Bélgica	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,10%	4545
Polonia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,77%	3828
Vietnam	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,70%	3686
China	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,45%	3146
Austria	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,39%	3001
<b>Total</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914		<b>215625</b>

Datos correspondientes a 2000

<u>País</u>	<u>Producto</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Valor</u> (miles de coronas)
Alemania	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	49,46%	78757
Eslovaquia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	13,34%	21251
Italia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	8,45%	13465
Francia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	4,12%	6566
Vietnam	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	4,01%	6393
Rumanía	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	3,40%	5413
Bélgica	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	3,19%	5081
E.E.U.U.	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,42%	3856
Holanda	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,76%	2800
China	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,75%	2794
<b>Total</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914		<b>159202</b>

Datos correspondientes a 2001

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
Alemania	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	55,47%	102390
Eslovaquia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	8,95%	16527
Italia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	8,85%	16350
E.E.U.U.	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,69%	4972
Rumanía	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,68%	4952
China	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,58%	4771
Francia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,41%	4462
Suiza	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,32%	4285
Vietnam	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,28%	4210
Austria	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,79%	3318
<b>Total</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914		<b>184558</b>
<b>España</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	0,59%	1089

Datos correspondientes a 2002

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
Alemania	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	46%	69328
Eslovaquia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	10,54%	15877
Italia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	9,42%	14180
E.E.U.U.	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	7,10%	10699
Vietnam	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	5,26%	7917
China	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,76%	4154
Austria	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,66%	4010
<b>España</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,09%	3151
Japón	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,01%	3026
Francia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,87%	2823
<b>Total</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914		<b>150497</b>

Datos correspondientes a 2003 (sólo hasta noviembre)

<b>País</b>	<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b> (miles de coronas)
Alemania	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	47,15%	61441
Eslovaquia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	12%	15753
Italia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	7,67%	9998
E.E.U.U.	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	6,09%	7947
China	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	4,55%	5939
Vietnam	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	3,12%	4067
Japón	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,97%	3872
<b>España</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	2,03%	2656
Polonia	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,75%	2290
Israel	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914	1,74%	2275
<b>Total</b>	Las demás manufacturas de cerámica. Taric 6914		<b>130289</b>

En este caso, Alemania vuelve a ser el principal proveedor de manufacturas de cerámica a la República Checa, con unos valores alrededor del 50%. Eslovaquia desbanca a China en la segunda posición, alcanzando unos valores de importación del 10% aproximadamente. China pierde aquí su posición de privilegio, con unos valores de importación mucho menos significativos que en otros productos y sus exportaciones a la República Checa oscilan entre el 1,5% y el 5%. Por su parte, España, ni siquiera aparece en el ranking en los años 1999 y 2000. En el año 2001 aparece, pero con un porcentaje del 0,5%. Sin embargo, en los dos últimos años aumenta sus números y se sitúa entre los diez primeros, con el 2% del total.

## 2. ANÁLISIS CUALITATIVO

### 2.1. Producción

La producción industrial de la cerámica en la República Checa empezó hace ya 120 años como mínimo. En el siglo pasado, le industria checa de la cerámica conoció no solamente los periodos de desarrollo, sino también de estancamiento o crisis. A comienzo de los años noventa, se renovó en la industria checa de la cerámica la estructura tradicional de las empresas de mediano tamaño que sobrevivieron 45 años de la economía socialista. La privatización se efectuó en su mayoría mediante el método por cupones con el cual se eslabonó a partir del año 1994 la entrada de capital extranjero.

En primer lugar, empezaron a explotarse en su mayoría las materias primas y los recursos de materiales existentes en el país, lo que permitió aprovechar plenamente en la primera mitad de los años noventa la llamada “almohada” de tasa de cambio. En las empresas importantes de la industria de silicatos entraron pronto los socios estratégicos renombrados (se trató sobre todo de la fabricación de vidrio plano, de cerámica sanitaria, materiales de recubrimiento, cemento y ladrillos).

Las altas exigencias con respecto al trabajo manual en algunas ramas (porcelana y vidrio) permitieron aprovechar otra “almohada” de la transformación, la mano de obra barata. La corona checa, relativamente débil, facilitó el aumento rápido de las exportaciones dirigidas a los mercados europeos y mundiales, eliminando así parcialmente el decrecimiento temporal de las exportaciones a los mercados orientales.

Gracias a las inversiones extranjeras se logró modernizar a tiempo la base de producción, y eso, a pesar de que las últimas inversiones de la economía planificada habían sido dirigidas a los mercados europeos y mundiales, eliminando así parcialmente el decrecimiento temporal de las exportaciones a los mercados orientales.

Es posible considerar como muy importante para el desarrollo de la rama de la cerámica la desintegración de los monopolios en el sector del comercio y la creación de nuevas redes y contactos comerciales. De no poca importancia ha sido también el establecimiento de la cooperación internacional en muchos sectores.

La industria del vidrio, la cerámica, la porcelana y materiales de construcción se cuenta entre las ramas importantes de la industria transformadora. En el año 2002 la participación de la rama en los ingresos totales de la industria transformadora ascendió al 4,9%.

Esta rama de la industria explota en su mayoría los recursos naturales de calidad existentes en el país. Toda la industria del vidrio, cerámica y materiales de construcción se distingue por los procesos que se efectúan a altas temperaturas – cocción de la cerámica). La rama produce los materiales básicos para la construcción

y los materiales corrientes para el consumo de la población, pero también artículos no necesarios, de lujo, sujetos a las influencias de la moda.

Las características de producción de la industria se vieron influidas, al igual que toda la economía nacional, por el deterioro de las condiciones exteriores, la apreciación de la corona checa y las inundaciones que afectaron a la República Checa en el verano de 2002.

En comparación con las demás ramas de la industria transformadora en la República Checa, la industria del vidrio, la cerámica y de materiales de construcción tiene una buena posición. El desarrollo exitoso que acusan los grupos de la producción en serie de vidrio y cerámica o algunos sectores de producción de materiales de construcción se debe sobre todo a la entrada del capital extranjero.

En la República checa se fabrica igualmente la cerámica útil y de adorno, pero ésta no es un componente significativo de la producción. Aun así, el surtido es variado y abarca tanto artículos de uso corriente como los decorativos.

El comercio con la República Checa y los países miembros de la UE presenta elementos de una cooperación que marcha bien y tiene perspectivas de desarrollarse. Es de prever que después de entrar en la UE, eliminar todas las barreras comerciales, adquirir la posición de miembro de pleno derecho e introducir los conocimientos comerciales corrientes en el márketing de todas las compañías, la participación de la República Checa en el mercado interior de la UE mejorará todavía más.

## **2.2. Obstáculos comerciales**

La armonización de las leyes, decretos, edictos y normas con las disposiciones vigentes en la Unión Europea se lleva a cabo en los sectores de la industria y del comercio. La entrada de la República Checa en la UE habría de pasar en la rama sin mayores problemas, debido a la realidad de que el mercado interior de sus productos está abierto por completo ya ahora. La armonización de la legislación no tendrá un impacto marcado en la situación de la rama, ya que los pasos fundamentales en la armonización ya han sido emprendidos por la mayoría de los productores y una parte decisiva de los productores tiene su capital y organización enlazados con destacados productores de países de la UE. Es posible esperar ciertos problemas en la evolución de los precios del trabajo y, en particular, de los precios de la energía.

La legislación referente a estos productos se está adaptando continuamente. El área de reglamentos técnicos que atañe a los procesos de certificación de productos se está adoptando y acreditando. La armonización de productos se ha adaptado en todas las líneas de productos de cerámica fina, incluyendo los materiales refractarios. El sector de producción de cristal y cerámica fina está cubierto en la UE principalmente por reglamentos sectoriales, que ya han sido incluidos en la legislación checa.

Esta rama esté preparada para la adhesión a la UE en el ámbito de libre circulación de bienes, ya que gran parte de ese comercio se realiza con la UE. Aun así, la industria del cristal y la cerámica tendrá que fortalecer la concentración y el desarrollo con alianzas estratégicas para poder estar a la altura de la competencia. De hecho, tendrá que concentrarse en una producción con alto valor añadido y aceptar todas las medidas innovadoras que fortalezcan el área productiva, gestión y estrategia.

Con respecto a los principales productores de cerámica decorativa en la República Checa, se hallan tres cooperativas, que son las siguientes:

**Keramo Kozlany d.u.v.** es una cooperativa productora de cerámica, con una larga tradición, a pesar de que ha cambiado varias veces de dueño y de forma de organización. La cooperativa, tal como está hoy, nació en 1993. Fabrica todo tipo de objetos de cerámica, desde jarras, vasos, tazas, azucareros, ceniceros, lámparas, candelabros. ([www.keramo.cz](http://www.keramo.cz) disponible sólo en checo).

**Jihotvar** es otra cooperativa productora de materiales de cemento, así como de cerámica decorativa, creada en el año 1920 y miembro de la asociación checa de la cerámica, con la certificación ISO 9002. Dentro del surtido de cerámica, fabrica tazas, jarras, jarrones, azucareros, saleros, servilleteros, ceniceros, candelabros, macetas, campanillas... ([www.jihotvar.cz](http://www.jihotvar.cz) disponible sólo en checo).

**Hlubna** es una cooperativa que se dedica a la fabricación de productos químicos y cosméticos, cemento y cerámica. Fue creada en el año 1951 y dentro del surtido cerámico, produce vajillas, servilleteros, jarras, tazas, azucareros, vinajeras, jarrones, ceniceros, candelabros... ([www.hlubna.cz](http://www.hlubna.cz) sólo en checo).

Por lo demás, no existen grandes fabricantes de cerámica decorativa. Por el contrario, sí que la fabricación de cristal, porcelana y cerámica como material de construcción tiene una importancia bastante mayor y hay más fabricantes y de mayor importancia.

Por otra parte y en lo que se refiere a las importaciones, el mercado está dominado por Alemania (principal socio comercial de la República Checa), algunos países de la CEFTA como Polonia y Eslovaquia y por el producto chino.

# III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 1.1. Canales de distribución

La distribución de productos decorativos de cerámica se realiza, principalmente, a través de canales minoristas. De hecho, no existen grandes distribuidores con elevada capacidad de compra y de distribución. En la mayoría de los casos, los pequeños comercios que se encargan de la comercialización de estos productos, los adquieren directamente al fabricante.

Tampoco existen establecimientos especializados en artículos de cerámica. Suelen ser establecimientos que comercian todo tipo de artículos decorativos, como cristal, porcelana y demás. Además, la cerámica suele ser un producto minoritario. Por ejemplo, en varios establecimientos de decoración visitados, los productos de cerámica sólo abarcaban el 20% del total de artículos, por debajo de la porcelana y el cristal, que es el elemento decorativo más demandado.

### 1.2. Principales distribuidores

Tal y como se ha dicho anteriormente, la mayor parte del comercio de artículos de cerámica se realiza a través del canal minorista, ya que no suelen intervenir intermediarios. Se suele comprar directamente del fabricante. En cuanto a las empresas que se encargan de la importación de objetos de cerámica, encontramos empresas que tienen bastante diversificada su oferta, entre porcelana, cristal, cerámica y demás objetos decorativos, como cuadros, relojes etc.

## 2. ANÁLISIS CUALITATIVO

### 2.1 Estrategias de canal

Los objetos de cerámica no son artículos de primera necesidad. Sin embargo, están muy relacionados con el amueblamiento y decoración de interiores. Teniendo en cuenta que a la hora de amueblar un hogar suele ser la mujer la que tiene la decisión de compra, se podría deducir que, igualmente a la hora de adquirir artículos de cerámica para la decoración del hogar, es la mujer la que tiene la última palabra. Por tanto, el producto debe estar dirigido sobre todo hacia la mujer. Además, teniendo en

cuenta que los artículos de cerámica no son excesivamente costosos, no están destinados únicamente a los segmentos de población con elevado poder adquisitivo.

## **2.2 Estrategias para el contacto comercial**

Existe una asociación de la industria del cristal y la cerámica, en la que se agrupan desde fabricantes hasta importadores, pasando por laboratorios de investigación, dentro del sector del cristal, la porcelana y la cerámica (tanto de construcción como decorativa):

### **Asociación de la industria del cristal y cerámica en República Checa**

Samova 1, 101 00 Praga 10

Telf. +420 271 745 888

Fax: +420 271 745 888

e-mail: [ASKPCR@pha.inecnet.cz](mailto:ASKPCR@pha.inecnet.cz)

URL: [www.askpcr.cz](http://www.askpcr.cz)

Contacto: Ing. Magda Purkrabkova

### **Unión de cooperativas checo-moravas**

Vaclavske namesti 21, 113 60, Praga 1

Telf. +420 224 109 111

Fax: +420 224 228 399

e-mail: [lubos@scmvd.cz](mailto:lubos@scmvd.cz)

URL: [www.scmvd.cz](http://www.scmvd.cz)

Contacto: Ing. Lubos Benes (departamento de consultoría)

## **2.3 Condiciones de acceso**

Ante la inminente entrada de la República Checa en la UE, todas las legislaciones han sido adaptadas y armonizadas según las directrices europeas, por tanto, la normativa que rige es la misma que para el resto de la UE. Actualmente, el IVA aplicable es del 22%, aunque a partir de mayo, con la entrada en la UE, el IVA se reducirá al 19%.

## **2.4 Promoción y publicidad**

Para promocionar los productos de cerámica y según varias personas consultadas, lo más adecuado es la presentación en páginas amarillas y también a través de internet. El problema sería que en la República Checa, el acceso a Internet no está tan generalizado como en otras partes. La presencia o participación en ferias también es importante, ya que la mayor parte de los negocios se cierran en estos ámbitos. En República Checa no hay ferias directamente relacionadas con la cerámica, pero sí que hay una muy importante en Frankfurt y es la Feria Ambiente.

**2.5 Tendencias de la distribución**

En el sector de la cerámica es muy importante poder ver la mercancía, por lo que el comercio directo abarca aproximadamente el 90% del total. El comercio electrónico también es importante, si bien aun se encuentra muy lejos del comercio directo. Por eso, como se ha dicho anteriormente, la mayoría del comercio de cerámica se realiza dentro del canal minorista, de forma directa, adquiriendo los productos directamente del fabricante.

# IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

### 1.1. Factores sociodemográficos

La República Checa es un país situado en el corazón de Europa, con una población de 10.266.546 habitantes, aunque con una tasa de crecimiento de la población del -0,8%. La tasa de natalidad es de 9,01 nacimientos por cada mil habitantes y la de mortalidad es de 10,74 muertes por cada mil habitantes. La distribución por sexos de la población se establece en un 51% de mujeres y un 49% de hombres. Por edades, la población se halla distribuida de la siguiente manera: de 0-14 años 16%; de 15-64 años 70%; + 65 años 14%. Tiene una densidad de población de 130 habitantes por km<sup>2</sup> y la población urbana representa el 51% del total. Su capital es Praga, que cuenta con 1.181.000 habitantes y otras ciudades importantes son Brno (382.000 habitantes), Ostrava (320.000 hab.), Plzen (167.000 hab) y Olomouc (103.000 hab.).

### 1.2. Factores económicos

El producto interior bruto asciende a 2,756 billones de coronas lo que supone un aumento del 1,5% con respecto al año anterior. Este crecimiento se debe sobre todo al consumo e inversión interno. A finales del año pasado se produjo una desaceleración de la economía, debido a la caída de la demanda exterior por la evolución de la economía alemana y también por las inundaciones del mes de agosto de 2002, que tuvieron un efecto negativo sobre el crecimiento. El consumo privado ha crecido gracias al aumento de los salarios reales y a la caída de los tipos de interés. La inflación ha caído de forma notable, pasando del 4,7% en 2001 al 1,8% actual. La apreciación de la corona y la caída de los precios de los alimentos y de la energía explican este comportamiento que también se ha visto favorecido por el menor ritmo de ajuste de los precios regulados.

La renta per cápita de la República Checa asciende a 265.200 coronas (8500€ aprox.). La tasa de desempleo roza ya el 10%, y hay dos factores que la convierten en un grave problema medio plazo: el primero es que la mitad de los parados son parados de larga duración y el segundo es que existen grandes disparidades regionales, donde frente a regiones como Praga con un desempleo fraccional,

conviven otras en las que la tasa se acerca al 20%. El desempleo aumentó casi un punto en 2002.

### **1.3. Distribución de la renta disponible**

En la estructura de gasto hay una participación muy elevada de gastos básicos, alimentación, vivienda y atención médica. Estos gastos representan más del 40 % del gasto familiar, llegando hasta el 60% en el caso de los hogares de jubilados. El 14% del gasto se destina a equipamiento doméstico.

## **2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

### **2.1. Hábitos de consumo**

En la República Checa no existen serias investigaciones sociológicas sobre las necesidades de la población, por lo que resulta difícil, a priori, estimar el comportamiento del consumidor. Los objetos de cerámica no son artículos de primera necesidad y su adquisición depende de la situación financiera de las familias y de sus prioridades, si bien los objetos de cerámica tampoco son artículos excesivamente costosos. Su renovación depende del desgaste y de las tendencias de la moda. Sin embargo, a la hora de tomar la decisión de adquirir todo tipo de artículos destinados a amueblar y decorar el hogar, suele ser en gran medida la mujer la que tiene la última palabra a la hora de decidir.

### **2.2. Hábitos de compra**

Como se ha dicho anteriormente, los objetos de cerámica no son artículos de primera necesidad y su adquisición está sujeta, a parte de a la situación financiera, a los gustos personales y a las tendencias de la moda, por lo tanto, es muy difícil establecer el baremo de los hábitos de compra de objetos decorativos de cerámica.

### **2.3. Preferencias**

Por los contactos realizados, así como por toda la información recopilada y basándome en la ley de la oferta y la demanda, se puede decir que el consumidor, en cuanto a la decoración, suele decantarse más por artículos decorativos tales como el cristal (muy popular en República Checa) y la porcelana, quedando la cerámica relegada a un segundo lugar, ya que la oferta de estos dos primeros es siempre muy superior a la última.

### **3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

Por la información recogida, se puede deducir que el producto español pasa desapercibido entre los profesionales del sector. La cerámica china es la más conocida, así como también la alemana, que si bien no tiene un gran prestigio internacional, si que goza de aceptación aquí, por ser Alemania el principal socio comercial de la República Checa y quizá también por la proximidad geográfica (hay que tener en cuenta que así el transporte se abarata). En otros casos se ha señalado el desconocimiento del producto español, aunque se piensa que debe de ser bastante parecido al producto italiano.

# V. ANEXOS

## 1. INFORMES DE FERIAS

Aunque no hay ferias comerciales específicamente dedicadas al sector, si que hay varias ferias relacionadas con la decoración de interiores y que son:

**Domo**, feria internacional de artículos del hogar.

Del 17 al 21 de marzo de 2004 (encuadrada dentro de Mobitex)

Periodicidad: anual

Recinto ferial de Brno

URL: [www.bvv.cz](http://www.bvv.cz)

Contacto: Milon Mlcak

Telf. +420 541 152 520

Fax: +420 541 153 066

e-mail: [mmlcak@bvv.cz](mailto:mmlcak@bvv.cz)

**For Habitat**, feria internacional de interiorismo, restauración y construcción

Del 11 al 13 de marzo de 2004 (coincide en tiempo y espacio con ECO CITY, PRAGA FLOREA Y SWIMMING POOL).

Periodicidad: anual

Recinto ferial Letnany de Praga

[www.forhabitat.cz](http://www.forhabitat.cz)

Contacto: Hana Forejtova

Telf. +420 222 891 146

Fax: +420 222 891 199

Móvil: +420 608 356 039

e-mail: [forejtova@abf.cz](mailto:forejtova@abf.cz)

**2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS****Oficina Económica y Comercial en Praga**

Stepanska 10, 120 00, Praga 2  
Telf. +420 22494 1255, 22494 1256  
Fax: +420 22494 1115, 22494 1226  
e-mail: [praga@mcx.es](mailto:praga@mcx.es)

**Embajada de España en Praga**

Badeniho 4, 170 00, Praga 7  
Telf. +420 22431 1441  
Fax: +420 233 341 770

**LISTADO DE IMPORTADORES DISTRIBUIDORES****EDWILAN spol s.r.o.**

Nadrazni 51, 702 00, Ostrava  
Telf. 596 242 093  
Fax: 596 242 512  
Contacto: Ing. Robert Klecka  
e-mail: [edwilan@iol.cz](mailto:edwilan@iol.cz)

Importador de flores artificiales, cerámica, regalos...

**ELIMEX GROUP a.s.**

Zlepsovatelu 13, 700 30, Ostrava-Hrabuvka  
Telf. 595 783 627  
Contacto: Jiri Grochal, encargado de ventas

Mayorista de artículos de cristal, porcelana, cerámica y menaje del hogar.

**EUROINTERIER spol, s.r.o.**

Opavska 430, 747 31, Velke Hostice  
Telf. 553 764 422  
Fax: 553 764 442  
Contacto: David Muller  
e-mail: [euointerier@telecom.cz](mailto:euointerier@telecom.cz)  
URL: [www.euointerier.cz](http://www.euointerier.cz)

Mayorista de cerámica, cristal y porcelana

**IMPORIUM a.s.**

Na Perchte 1631, 511 01, Turnov

Telf. 481 313 262

Contacto: Jiri Antos, gerente

e-mail: [laurinova@imporium.cz](mailto:laurinova@imporium.cz)

URL: [www.imporim.cz](http://www.imporim.cz)

Mayorista de accesorios, cestas, cerámica, porcelana, relojes, cuadros, accesorios de cocina, botelleros.

**KERAMICA LETOVICE spol s.r.o.**

Nadrazni 6, 679 61, Letovice

Telf. 516 474 161, 516 474 162

e-mail: [janrehor@iol.ca](mailto:janrehor@iol.ca)

URL: [www.keramika-letovice.cz](http://www.keramika-letovice.cz)

**KERAST PRAHA a.s.**

Kozominska 646, 184, Praga 8

Telf. 284 689 714, 284 685 930, 284 689 753

Fax: 284 689 713

Contacto: Ing. Vaclav Bauer

e-mail: [kerast@comp.cz](mailto:kerast@comp.cz)

Importación y exportación de cristal, porcelana y cerámica

**KUBA JAROSLAV**

Svedska 3, 771 00, Olomouc

Telf. 685 227 171

Fax: 685 227 171

Contacto: Ing. Jaroslav Kuba, propietario

e-mail: [jaroslav.kuba@volny.cz](mailto:jaroslav.kuba@volny.cz)

**MAXI MARKET s.r.o.**

Jeremenkova 9, 741 01, Novy Jicin

Telf. +420 556 779 120

Fax: +420 556 779 120

e-mail: [objednavka@maximarket.cz](mailto:objednavka@maximarket.cz)

URL: [www.maximarket.cz](http://www.maximarket.cz)

Distribución de bisutería, cosmética, cerámica

**NOEMÍ TRADING spol, s.r.o.**

Beskydska 2062, 738 02, Frydek-Mistek  
Telf. 558 644 941, 558 644 934, 558 644 942  
Fax: 558 644 933  
Contacto: Barbora Srnikova  
e-mail: [noemi@noemi.cz](mailto:noemi@noemi.cz)  
URL: [www.noemi.cz](http://www.noemi.cz)

**ROSA – UMELE KVETINY**

K Radotinu 492, 156 00, Praga 5 Zbraslav  
Telf. 222 814 221, 224 023 146  
Fax: 224 023 146  
Contacto: Ing. Jitka Vachova, socio  
e-mail: [rosa.import@mbox.vol.cz](mailto:rosa.import@mbox.vol.cz)  
URL: [www.rosaimport.cz](http://www.rosaimport.cz)

Importación y distribución de flores artificiales, cestas, cerámica, candelabros, macetas.

**VELKOOBCHOD JANSKY**

Druzba 1191, 768 24, Hulin  
Telf. +420 573 351 139  
Fax: +420 573 351 139  
URL: [www.velkoobchodjansky.cz](http://www.velkoobchodjansky.cz)

Importación y distribución de artículos de porcelana y cerámica

**Z – TRADE**

Soukenicka 76, 550 01, Broumov  
Telf. +420 491 523 911  
Fax: +420 491 523 912  
e-mail: [ztrade@ztrade.cz](mailto:ztrade@ztrade.cz)  
URL: [www.ztrade.cz](http://www.ztrade.cz)

Importación y distribución de artículos de regalo y de decoración.

### **3. BIBLIOGRAFÍA**

Para la realización del presente estudio, las fuentes de información consultadas han sido las siguientes:

Ministerio de Industria y Comercio

[www.mpo.cz](http://www.mpo.cz)

Oficina checa de estadísticas

[www.czso.cz](http://www.czso.cz)

Empresas y negocios en la República Checa (publicación mensual del Ministerio de Industria y Comercio).

Panorama de la República Checa. Análisis de la industria por sectores. Fabricación de otros productos minerales no metálicos – NACE 26 (análisis del Ministerio de Industria y Comercio).

[www.mpo.cz](http://www.mpo.cz)

Oficina checa de aduanas

[http://dw.czso.cz/pls/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni\\_pristup=N](http://dw.czso.cz/pls/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni_pristup=N)

Unión de cooperativas checo-moravas

[www.scmvd.cz](http://www.scmvd.cz)

Asociación de la industria del cristal y cerámica de la República Checa

[www.askpcr.cz](http://www.askpcr.cz)

Base de datos del registro mercantil de la República Checa

Base de datos de empresas (InforKatalog)

Base de datos de empresas en la República Checa (hbi monitor)

Entrevistas con diversos profesionales del sector, más concretamente con dos pequeños comerciantes de artículos de decoración y cerámica y con el señor Filip, responsable de cuentas y almacenes de la empresa **Rosa – Umele Kvetiny**, importadora de flores artificiales, cestas, cerámica, etc.