

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Riad

Notas Sectoriales

El mercado de la moda y confección infantil en Arabia Saudí

ICEX

El mercado de la moda y confección infantil en Arabia Saudí

Esta nota ha sido elaborada por Francisco Xavier Santos Giménez bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Riad

Octubre 2007

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	4
1.GEOGRAFÍA	4
2.DEMOGRAFÍA	4
3.IDIOMA	5
4.MARCO POLÍTICO	5
5.COYUNTURA ECONÓMICA	5
6. RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL ESPAÑA-ARABIA SAUDÍ	6
II. DEFINICIÓN DEL SECTOR	7
1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR	7
2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	7
III. EL SECTOR EN ARABIA SAUDÍ	9
1. COYUNTURA ACTUAL	9
2.TAMAÑO DEL MERCADO	9
2. PRODUCCIÓN LOCAL	10
4. COMERCIO EXTERIOR	10
5. COMPETIDORES	18
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	21
V. ENTRADA AL MERCADO	23
VI. PRINCIPALES FERIAS DE INTERÉS	25
VII. PRINCIPALES EMPRESAS	27
VIII. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS	30
IX. ANEXO: REGULACIÓN DE LOS DESCUENTOS Y REBAJAS	32

I ■ INTRODUCCIÓN

En la siguiente nota sectorial se realiza un estudio sobre el mercado de la moda y confección infantil en Arabia Saudí.

La nota comienza con una introducción general del país y las relaciones comerciales y políticas bilaterales con España. Posteriormente se define el sector, especificando los productos y la evolución de la producción, consumo y comercio exterior. Más adelante se analiza la oferta, la demanda y los métodos de entrada, con sus barreras y oportunidades. Finalmente se ofrecen datos de ferias relacionadas con el sector y un listado de los principales operadores del sector.

1.GEOGRAFÍA

El Reino de Arabia Saudí, con una extensión de 2.150.000 Km.², cubre casi el 80% de la Península Arábiga. Su costa occidental se extiende a lo largo de 1.760 Km. del Mar Rojo y su costa oriental por 560 Km. del Golfo Árabe o Pérsico. Al este se encuentran el Reino de Bahrein, Qatar y los Emiratos Árabes Unidos. En el Norte linda con Jordania, Irak y Kuwait y en el Sur con la República del Yemen y el Sultanato de Omán.

Los principales núcleos económicos y comerciales del país, se concentran en las tres regiones más importantes: Occidental (Jeddah, Yanbu, Meca y Medina), Central (Riyadh), Oriental (Dammam, Khobar, Dhahran).

2.DEMOGRAFÍA

La mayoría de la población es árabe, si bien existe una población inmigrante muy numerosa que procede principalmente del subcontinente indio (India, Pakistán, Bangladesh), así como de Filipinas, Indonesia y el nordeste y este de África.

La población en 2006 era de 25'3 millones de habitantes de los cuales el 27'8% son extranjeros. El 54'67% de los habitantes son hombres y el 45'3% mujeres. La tasa de crecimiento demográfico fue del 3'4% en 2006, con una población muy joven. La densidad de población es de 12 habitantes por km², aunque repartida de forma muy irregular, con grandes concentraciones de población en las regiones costeras y los alrededores de la capital que contrastan con las grandes extensiones desérticas de las regiones del interior. Las principales ciudades son Riyadh, la capital, con 5'2 millones de habitantes; Jeddah, con 3'3 millones; La

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Meca, con 1'5 millones; el triángulo Dammam-Khobar-Dhahran, donde se concentran 2 millones de habitantes; y Medina, con 900.000 habitantes.

3.IDIOMA

La lengua oficial es el árabe, aunque el inglés es ampliamente utilizado en el mundo empresarial.

4.MARCO POLÍTICO

Arabia Saudí es una monarquía islámica, cuyo Rey, Abdallah Ben Abdul Aziz Al Saúd, con el título oficial de Custodio de las Dos Sagradas Mezquitas, es el Jefe de Estado desde el 1 de agosto de 2005. El cargo de Primer Ministro está atribuido al Rey, el cual nombra y preside el Consejo de Ministros. Las decisiones de este Consejo, se toman por votación mayoritaria, si bien siempre requieren la aprobación real. El Rey junto con el Consejo de Ministros, ostentan los poderes legislativo y ejecutivo.

En marzo de 1992 el Rey Fahed publicó las llamadas Leyes Básicas, que definen el sistema de gobierno saudí y que declaran que la Constitución del país está constituida por la Sharia o ley islámica, emanada del Corán y la Sunna (el relato de las palabras y vida del Profeta Mahoma). No hay parlamento en Arabia Saudí. Sí existe un Consejo Consultivo, aunque con funciones únicamente consultivas. Éste está formado por 90 miembros y un presidente, nombrados por el Rey para un periodo de cuatro años.

5.COYUNTURA ECONÓMICA

Arabia Saudí es el mayor productor mundial de petróleo con 9'2 millones de barriles/día (M b/d) de una producción total mundial de 85 M b/d, de la que la OPEP suministra la tercera parte. Arabia Saudí es también el mayor exportador del mundo, con más de 8 millones de barriles/día y alberga las mayores reservas del mundo (264.200 millones de barriles) . La producción saudí de petróleo equivale a 5 veces el consumo anual de petróleo de España.

El PIB creció un 4'2% en 2006, alcanzando un valor nominal de 347.400 millones de dólares. Las exportaciones de petróleo representaron en 2006 el 76% de las exportaciones del país. Evidentemente el petróleo es el elemento dominante de esta economía. En los últimos años se ha registrado un aumento de la producción, pasando de 7 M b/d en promedio anual en 2003 a 9'2 M b/d en 2006. Este aumento y la evolución del precio medio en ese periodo han permitido una tasa media de crecimiento de la economía saudí del 6% anual entre 2003 y 2006, con un aumento de renta per cápita desde los 9.600 dólares de 2003 a 13.731 dólares en 2006.

Arabia Saudí además tiene importantes reservas de gas, las cuartas del mundo tras Rusia, Irán, y Qatar. De momento estas reservas no están siendo explotadas.

En cuanto a comercio exterior, en el año 2006 las exportaciones saudíes se situaron en 207.783 millones de dólares, frente a importaciones por 64.159 millones, lo que dio lugar a un

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

superávit comercial de 143.624 millones de dólares. El saldo por cuenta corriente fue de 103.773 millones de dólares en 2006 (30% del PIB), tras el récord de 87.131 millones de dólares el año anterior.

Desde 1970 la política económica se guía por planes quinquenales. En los últimos años se centra en contener el aumento del gasto público y crear las condiciones para atraer inversiones en infraestructuras, manufacturas e hidrocarburos. El presupuesto estatal de gasto para el año 2007 es de 101.300 millones de dólares. El petróleo aportó en 2006 el 84% de los ingresos del presupuesto del Estado. Los elevados precios del petróleo han dado lugar a cuatro años de superávit presupuestario extraordinario: 4'5% del PIB en 2003, 11'4% en 2004, 18'8% en 2005 y 20'3% del PIB en 2006.

La bonanza económica está siendo aprovechada para introducir cambios estructurales en forma de desregulación y apertura al exterior. Por ejemplo, Arabia Saudí tiene aranceles muy reducidos para la mayoría de los productos e ingresó en diciembre de 2005 en la OMC; es socio de una Zona de Libre Comercio (el Consejo de Cooperación del Golfo, CCG, formado por Arabia Saudí, Bahrein, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar) y está negociando un Acuerdo de Libre Comercio con la UE.

Ejemplos concretos de desregulación han sido la introducción de competencia en telefonía móvil y la autorización de entrada a bancos extranjeros. Se ha autorizado la inversión extranjera en el sector de agua y producción de energía eléctrica.

Los sectores con mayor expectativa de atracción de inversión extranjera directa son el de telecomunicaciones y el inmobiliario.

La divisa local, el rial saudí, tiene un tipo de cambio fijo con el dólar americano (1\$=3'75 SR).

6. RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL ESPAÑA-ARABIA SAUDÍ

La gran economía que es Arabia Saudí tiene un enorme valor para España. El año 2006 nuestras exportaciones ascendieron a 685 millones de euros, con un incremento del 11% (tras el 8% un año antes), lo que convierte a este país en el segundo cliente de España en Oriente Medio, con el 18% de nuestras exportaciones a la zona, tres décimas por detrás de Emiratos Árabes Unidos.

Nuestro déficit comercial fue en 2006 de 2.417 millones de euros, pero se debió en su mayor parte a que nuestras importaciones consisten fundamentalmente en combustibles (el 87'8%). Arabia Saudí fue nuestro segundo suministrador de crudo.

Nuestra principal exportación es la ingeniería, con miles de millones de dólares en contratos adjudicados a empresas españolas para los próximos años. A ello le siguen los revestimientos cerámicos, donde nuestros productos gozan de reconocimiento de alta gama, productos siderúrgicos, químicos, moda y prendas de vestir, material eléctrico, otros materiales de construcción, semimanufacturas de madera y papel, piedra natural y sus manufacturas y equipos para la manipulación de fluidos.

II. DEFINICIÓN DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota tratará sobre el mercado de la moda y confección infantil en Arabia Saudí. Como ésta se entenderá aquella dirigida a un público de entre los 0 y 14 años. Dentro de ese intervalo se pueden diferenciar dos tipos de segmentos:

- Prendas y complementos de vestir para bebés (0 a 3 años).
- Prendas y complementos de vestir para el resto de edades, hasta los 14.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El comercio exterior goza de un grado elevado de libertad en Arabia Saudí. Son escasas las trabas y no hay restricciones a la entrada y salida de fondos por repatriación de beneficios ni a las remesas de salarios, ayudas, etc.

Entre la Unión Europea y el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), que incluye seis países del Golfo Pérsico (Arabia Saudí, Bahrein, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar), existe un Acuerdo de Cooperación firmado en 1988, que también incluye a Yemen, y desde hace más de una década, la UE y el CCG están negociando un Acuerdo de Libre Comercio.

Dentro de la clasificación arancelaria solo existen dos partidas que tengan relación directa con los productos a tratar en la presente nota:

6111: Prendas y complementos de vestir, de punto, para bebés.

6209: Prendas y complementos de vestir para bebés.

El resto de productos vendrían incluidos en los siguientes capítulos:

Capítulo 61 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.

Capítulo 62 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto.

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

El arancel para los productos de moda y confección infantil en Arabia Saudí es de un 5% *ad valorem*.

The logo for ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) is centered on the page. It consists of the word "ICEX" in a bold, sans-serif font, enclosed within a thin, light gray rectangular border.



EL SECTOR EN ARABIA SAUDÍ

1. COYUNTURA ACTUAL

Arabia saudí tiene una población de 25'3 millones de habitantes, de los que 9'6 millones están comprendidos entre los 0 y 14 años. De estos un 51% son varones. El crecimiento de la población se situó en el año 2006 en un 3'4% y la tasa de fecundidad en 29'1 nacimientos por cada mil habitantes, lo que supone 3'94 nacimientos por mujer. En 2020 se espera que la población de Arabia Saudí llegue a los 47 millones de habitantes.

La población saudí está cada vez más sometida a las tendencias internacionales, debido esto al gran número de personas que viajan al extranjero por placer, estudios o trabajo; y por la mayor penetración de la televisión por satélite. El ir de compras es el pasatiempo número uno en Arabia Saudí y una actividad social para la familia. Por ello el número de centros comerciales no ha dejado de crecer en los últimos años, incrementándose la oferta y diversidad de productos.

Otro factor a considerar es la afluencia masiva de peregrinos al Reino para visitar los lugares santos del Islam. Se estima que más de dos millones de peregrinos procedentes de todos los rincones del mundo musulmán visitan el Reino cada año. Muchos de ellos aprovechan para realizar compras en los bien abastecidos centros comerciales saudíes, especialmente en Jeddah, ciudad donde se encuentran el puerto y el aeropuerto más cercanos a La Meca.

Así pues, una gran población objetivo y en crecimiento, una renta *per capita* en ascenso y un aumento del gusto por las tendencias internacionales, hacen de la moda infantil un sector con grandes oportunidades para la empresa española.

2. TAMAÑO DEL MERCADO

La falta de estadísticas locales sobre el mercado y la producción en Arabia Saudí dificulta estimar el volumen real del mercado. Las estimaciones han sido calculadas en base a las entrevistas realizadas en el proceso de realización de esta nota.

El tamaño del mercado de la moda en general se estima en unos 880 millones de euros.

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Los niños están emergiendo como uno de los segmentos de compra más importantes, no solo en Arabia sino en toda la región del Golfo. Se estima que el mercado de la moda infantil crece a un ritmo del 15-20 por ciento anual.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Como ya hemos mencionado anteriormente, la economía Saudí gira en torno a la explotación de hidrocarburos y sus industrias derivadas, como la petroquímica. Sin embargo, las autoridades saudíes fomentan mediante todo tipo de incentivos aquellos proyectos que puedan ayudar a diversificar la economía nacional y a extender el tejido industrial por el país.

Esta voluntad de industrialización y diversificación de la economía nacional también se refleja en el sector textil, aunque en este ámbito la industria local dista de ser competitiva frente a los productos importados.

En 2005, según datos del ministerio de Economía y Planificación, existían 181 fábricas de textil, confección y marroquinería en el Reino de Arabia Saudí que daban empleo a cerca de 21.000 trabajadores. La industria textil Saudí se concentra en torno a tres grandes núcleos industriales: la capital, Riad, con 80 fábricas; la Provincia de La Meca, donde se encuentra también la ciudad de Yeddah, con 59 fábricas; y la Provincia Oriental, en torno a las ciudades de Dammam y Al Khobar, con 29 fábricas.

En cualquier caso, la producción local no compite de forma directa con los productos españoles. Éstos son productos de gama alta, con un alto contenido en diseño, mientras que las prendas fabricadas en Arabia Saudí van a ir dirigidas a un segmento medio-bajo del mercado y en la mayor parte de los casos se va a tratar de prendas propias de la indumentaria tradicional Saudí.

4. COMERCIO EXTERIOR

La falta de partidas arancelarias específicas para la confección infantil (exceptuando la de bebés), hace solo posible el exponer las estadísticas de importación y exportaciones de los capítulos 61 y 62. Se detallarán también las cifras referentes a las confecciones textiles para bebé, partidas 6111 y 6209.

4.1. Importaciones

La gran mayoría de las importaciones saudíes de prendas y accesorios de vestir tienen como origen China. Sin embargo hay que tener en cuenta que los productos provenientes de este país suelen ser de una calidad inferior de los originarios de Europa.

A la hora de interpretar las tablas hay que tener en cuenta que muchas de las importaciones registradas como procedentes de Países en Vías de Desarrollo son en realidad productos de marcas europeas o norteamericanas que han sido confeccionados en dichos países para beneficiarse de los menores costes laborales.

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Importaciones Saudíes de Prendas y Accesorios de Vestir			
En Millones de euros			
Capítulo 61, de punto	2004	2005	2006(*)
Total	502	610	607'8
China	300	390	345'3
EE.UU	2	3	3'4
India	35	45	N/D
Francia	21	32.5	32'8
Italia	14	20	20'9
España	14	23	29'5
Resto	116	96.5	175'9
Capítulo 62, el resto	2004	2005	2006(*)
Total	623	701	670'5
China	179	245	267'8
EE.UU	3'8	4'7	6'1
India	96	113	N/D
Francia	52	52	64'1
Italia	47	50	58
España	34	33'5	32
Turquía	20'4	21'4	18'5
Hong Kong	28'7	34'8	41'5
Resto	162'1	146'6	182'5

Fuente: Naciones Unidas, Proclarity

(*) Muchos de los países aún no habían declarado sus exportaciones a fecha de la realización de la presente nota

En lo que se refiere a productos de vestir destinados a bebés (partidas 6111 y 6209), la mayor parte de ellos proviene también de países asiáticos, sobre todo de China. Una vez más hay que tener en cuenta que los productos chinos suelen ser de calidad inferior a la de los europeos y muchas empresas occidentales fabrican ahí sus prendas.

A continuación figuran detalladas las importaciones saudíes de las partidas 6111 y 6209. En el año 2005 crecieron un 75% las importaciones de la primera y descendieron un 30% las de la segunda. De la partida 6111 se observa un aumento en 2005 de las importaciones procedentes de Asia, pasando de alrededor un 50% del total en 2004 a más de un 60% en 2005. En cambio, la proporción de producto asiático es menor en la partida 6129, aunque también se aprecia un incremento, pasando de un 20% del total en 2004 a más de un 25% en 2005.

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Importaciones por origen partida 6111- Miles de dólares					
País	2004		2005		2006*
	Valor	% sobre total	Valor	% sobre total	Valor
China	10.212	38'08	25.638	54'51	
India	1.117	4'16	2.972	6'32	
Italia	1.453	5'42	4.420	9'40	5.052
Tailandia	1.457	5'44	1.867	3'97	1.692
Hong Kong	637	2'37	907	1'93	1.486
Francia	1.970	7'35	2.345	4'99	3.750
España	568	2'12	905	1'92	1.698
Reino Unido	8.115	30'26	5.840	12'42	6.324
Resto	1.290	4'80	2.140	4'54	
Total	26.819	100	47.034	100	20.002

Fuente: ONU Comtrade

*Faltan países por declarar, por lo que no se reflejan los porcentajes y el total no es representativo

Fuente: ONU Comtrade

Importaciones por origen partida 6129 - Miles de dólares					
País	2004		2005		2006*
	Valor	% sobre total	Valor	% sobre total	Valor
China	1.203	4'36	2.629	13'67	4.182
India	1.125	4'08	1.007	5'24	
Italia	4.359	15'81	4.310	22'41	4.107
Tailandia	585	2'12	855	4'45	586
Hong Kong	2.241	8'13	570	2'96	1.121
Francia	2.546	9'23	1.359	7'06	1.844
España	11.155	40'46	4.133	21'49	2.115
Reino Unido	888	3'22	517	2'69	869
Resto	3.472	12'59	3.856	20'03	
Total	27.574	100	19.236	100	14.824

*Faltan países por declarar, por lo que no se reflejan los porcentajes y el total no es representativo

4.2. Relaciones bilaterales. Importaciones saudíes procedentes de España

Como se observa en la siguiente tabla las importaciones saudíes procedentes de España de textiles para vestir de punto han crecido de manera notable. Por su parte las importaciones de productos textiles de vestir excepto los de punto han descendido ligeramente en los últimos tres años.

Evolución importaciones saudíes de España de productos textiles para vestir.					
En millones de euros					
Partida	2004	2005	Variación %	2006	Variación %
61	13'85	22'70	63'87%	29'44	29'68%
62	34'19	33'57	-1'82%	32'27	-3'9%

Fuente: Proclarity

Las exportaciones españolas de productos del mundo de la moda a Arabia Saudí alcanzaron en 2006 los 85'10 millones de euros, lo que supone más de un 12% del total de nuestras exportaciones a dicho país. Como se observa en la siguiente tabla, la evolución reciente de exportaciones a Arabia Saudí de este tipo de productos, se ha incrementado a un ritmo medio anual de un 9%.

Importaciones saudíes procedentes de España del sector Moda			
Millones de euros			
Año	2004	2005	2006
Valor	71'53	79'72	85'10

Fuente: Icx Estacom

Arabia Saudí es el segundo destino de la Península Arábiga para productos del sector moda. Pero hay que tener en cuenta que Emiratos Árabes Unidos, siendo el principal centro comercial y financiero de la zona, realiza numerosas reexportaciones a los países de su entorno.

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Exportaciones Españolas productos de moda a países Península Arábiga, 2006. En millones de euros		
País	Cantidad	%
Emiratos Árabes Unidos	105'03	40'73%
Arabia Saudí	85'10	33'00%
Kuwait	43'86	17'01%
Qatar	12'36	4'80%
Bahrain	10'11	3'92%
Omán	1'17	0'46%
Yemen	0'23	0'08%
Total	257'86	100%

Fuente: Ices Estacom

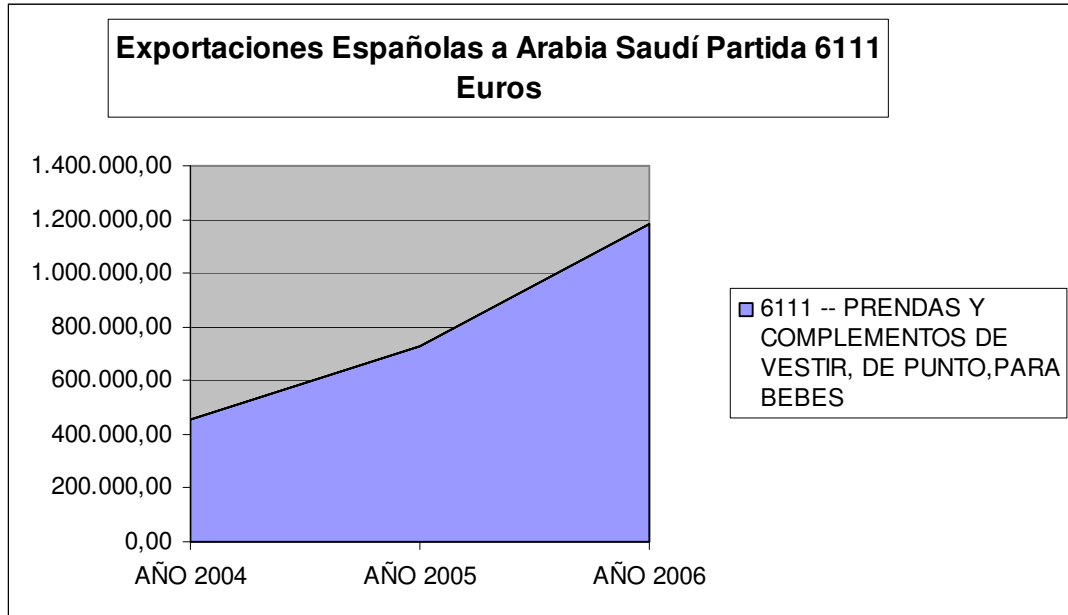
Como se puede observar en la siguiente tabla, Arabia Saudí y el conjunto de países de la Península Arábiga, reciben un mayor volumen de exportaciones españolas de productos del sector moda que el resto de países de Oriente Próximo.

Exportaciones españolas productos de moda a países de Próximo Oriente. En millones de euros		
País	Cantidad	%
Israel	59'95	52'53%
Líbano	30'13	26'40%
Jordania	14'25	12'49%
Irán	5'02	4'40%
Siria	2'59	2'27%
Resto	2'18	1'91%
Total	114'12	100%

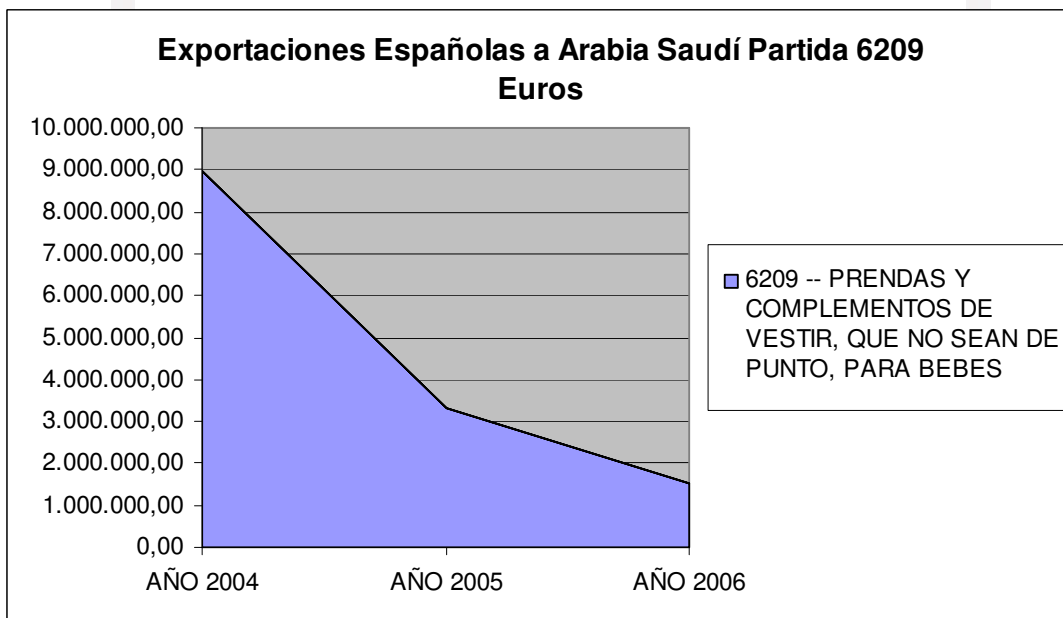
Fuente: Ices Estacom

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Las importaciones saudíes de productos de confección para bebé procedentes de España han sufrido evoluciones diferentes en los últimos ejercicios, según si tratamos los productos de punto o el resto. Las importaciones de prendas de punto para bebés procedentes de España han crecido un 160% en 2006 respecto a 2004. En cambio, las importaciones del resto de prendas para bebés han descendido un 83% respecto al año 2004



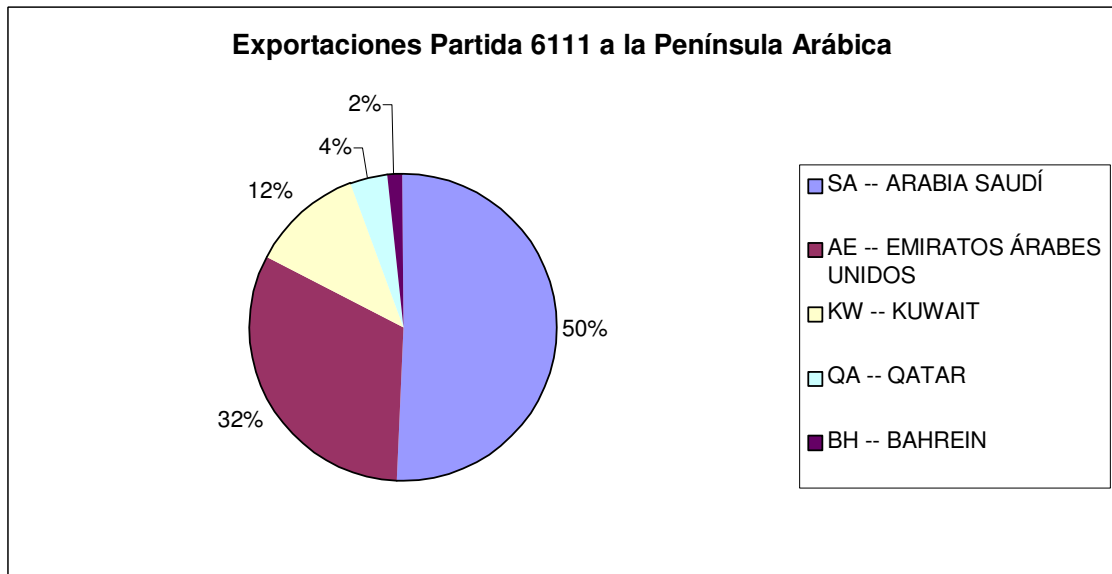
Fuente: Icx Estacom



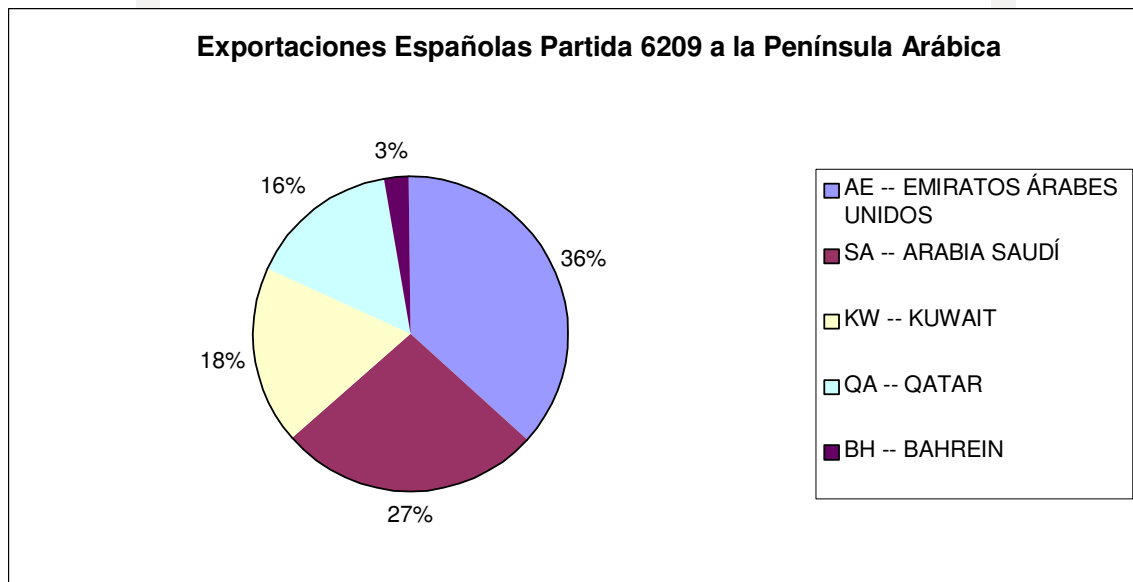
Fuente: Icx Estacom

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Arabia Saudí es el principal destino de la partida 6111 en toda la región de la Península Árabe, seguido por Emiratos Árabes Unidos. En cambio para la partida 6209 pasa a la segunda posición regional, siendo esta vez Emiratos Árabes Unidos el principal destino.



Fuente: Ices Estacom



EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

A continuación se detallan las importaciones saudíes procedentes de España de aquellas partidas que han sido consideradas de importancia y que recogen tanto prendas para niños como para adultos.

Código Arancelario	Descripción	Millones de euros
6204	Trajes-sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas-pantalón, pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos (excepto los de baño), que no sean de punto, para mujeres o niñas.	16
6109	T-shirts y camisetas, de punto.	12
6203	Trajes o ternos, conjuntos, chaquetas, pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos (excepto los de baño), que no sean de punto, para hombres o niños.	4'6
6110	Suéteres, jerséis, "pullovers", "cardigans", chalecos y artículos similares, de punto.	4'1
6206	Camisas, blusas y blusas camiseras, que no sean de punto, para mujeres o niñas.	3'8
6114	Las demás prendas de vestir, de punto, no expresadas ni comprendidas en otras partidas.	3'1
6104	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas-pantalón pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos (excepto los de baño), de punto, para mujeres o niñas.	2'8
6202	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas, con exclusión de los de punto y de los artículos de la partida 62.04	1'7
6113	Prendas confeccionadas con tejidos de punto, de las partidas 59.03, 59.06 ó 59.07.	1'7
6209	Prendas y complementos de vestir, que no sean de punto, para bebés.	1'5

5. COMPETIDORES

En Arabia Saudí la distribución de productos textiles para vestir se puede dividir en :

- Establecimientos tradicionales. Normalmente pequeñas tiendas, localizadas muchas veces en el centro urbano o zoco. Suelen distribuir productos de bajo coste y calidad media, media-baja, usualmente originarias de países asiáticos. Es posible encontrar en algunos de estos establecimientos copias y falsificaciones de reputadas marcas internacionales.
- Boutiques: Especializadas en la alta gama y localizadas en las calles más comerciales y centros comerciales de las principales ciudades.
- Franquicias: Este modelo de negocio y distribución es el que más difusión está teniendo en la actualidad. Esta forma ha sido adoptada por las grandes marcas internacionales para su introducción en el país, por lo que el tipo de producto es, normalmente, de gama media o alta. La mayor parte de las cadenas de moda internacionales están copadas por unas pocas empresas saudís:

➤ Rubaiyat:

Especializada en la alta gama. Principales marcas que distribuye:

- Armani Junior
- Minibel
- Ralph Lauren Kids
- Versace Young

➤ Al Hokair:

Su volumen de negocio está alrededor de los 1.200 millones de dólares, siendo su cuota de mercado en el sector de moda infantil de en torno al 55%. Posee 140 tiendas de diversas marcas y nueve centros comerciales de gran tamaño (más cinco en construcción). Las marcas infantiles que distribuye son:

- Zara Kids
- Adams Kids
- Kekos
- Sergent Major
- Tape a L'oeil

También tiene la exclusividad de las siguientes marcas, las cuales entre otras líneas, distribuyen ropa infantil:

- Zara
- Exit

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

-Monsoon

La empresa opera también en otros países, como Emiratos Árabes Unidos, Líbano o Egipto.

➤ Al Shaya:

Empresa kuwaití con presencia en toda la región del Golfo (353 establecimientos en Arabia Saudí). Distribuye las siguientes marcas de ropa infantil:

-Mothercare

-BHS

-Limited Too

También es la franquiciada de las siguientes marcas que, entre otras, distribuyen ropa infantil:

-Next

-H&M

-Claire's

-Peacocks

➤ Al Jedaie

Esta empresa saudí es la franquiciada (con 120 establecimientos), a través de su filial Nesk, de diversas marcas de confección infantil, entre las que se encuentran:

-Jean Bourget

-Marese

-Okaidi

-Chipie

-Ikks

-Obaibi

-Alcott

➤ Anwal Trading

Posee 70 establecimientos entre los que destacan algunas marcas infantiles como:

-Jacadi

-Orchestra

-Nech&Neck

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

➤ Al Sawani Group

Más de 500 establecimientos en la región del Golfo, entre los que se encuentran franquiciadas las siguientes marcas:

- Baby Guess
- Benetton
- Sfera
- Esprit

En el punto 7 de la presente nota se podrán encontrar los datos de contacto de estas empresas, así como de otras relevantes del sector.

En definitiva, la oferta de productos de confección infantil de gama media, media-alta, se encuentra repartida entre unas pocas empresas que franquician o representan a grandes marcas internacionales. Éstas tienden a situar sus establecimientos en, principalmente, centros comerciales, los cuales están viviendo una tendencia expansionista en Arabia Saudí.

ICEX

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Como se ha comentado, el mercado de confección infantil en Arabia Saudí está compuesto por 9'6 millones de consumidores (casi un tercio de la población). La tasa de crecimiento de la población, situada en un 3'4%, asegura el aumento de este mercado en los próximos años.

El incremento del poder adquisitivo de saudí medio, hace que cada vez sean más los consumidores que se puedan permitir adquirir marcas internacionales. El desarrollo económico que está atravesando el país, con un incremento de la clase media, en cantidad y poder de compra, hace que sea en el sector de moda infantil de gama media donde residan las mayores oportunidades. A través de entrevistas con empresas del sector, se ha constatado que, en lo que a la gama muy alta de productos se refiere y por cuestión de prestigio, los consumidores tienden a preferir adquirirlos en Europa en sus desplazamientos a esta zona.

La mayoría de la población saudí está teniendo recientemente acceso a bienes de consumo de tendencia occidental. Cada vez son más las marcas internacionales que venden sus productos, posibilitando su compra al consumidor medio y no solo al adinerado que viaja al extranjero.

El consumidor saudí se puede considerar conservador, aunque esto, debido a las influencias externas y a la gran proporción de población joven, está cambiando con el paso del tiempo.

A la hora de realizar una compra de confección infantil, son los padres los que deciden qué adquirir. No obstante, al igual que en los países occidentales, la edad en la que el niño decide qué llevar o qué no, se está adelantando. Por ello, se puede decir que alrededor de los 10 años es cuando la preferencia del niño tiene un valor igual o mayor que la decisión de sus padres.

Cabe destacar que la ropa deportiva goza de gran aceptación entre la juventud saudí, siendo las marcas de renombre internacional las que gozan de mayor presencia y las que, asimismo, son más copiadas.

Debido a las tradiciones sociales en materia de indumentaria, existen tres elementos que son de importancia para la mujer saudí: el calzado, los accesorios y la ropa de sus hijos. Estos productos son aquellos que son visibles cuando la mujer sale a la calle y que le permiten mostrar su estatus social. Por ello la confección infantil se posiciona como un elemento clave y contando con que la renta per capita está creciendo notablemente (13.731 dólares por

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

habitante en 2006, un 24'3% más que en 2004), las familias pueden cada vez más, realizar desembolsos mayores en la ropa de sus hijos.

El lugar de compra por excelencia en Arabia Saudí es, en detrimento del establecimiento tradicional, el centro comercial. Las familias acuden a estos lugares en su tiempo de esparcimiento y es ahí donde se centra, principalmente, la oferta de los productos de un rango de calidad semejante al español. Las condiciones climáticas del país hacen de este tipo de distribución el de mayor éxito. Pues, de esta manera, los visitantes no tienen que estar supeditados a las inclemencias de unas temperaturas que pueden llegar, en verano, a los 50°C.

Arabia Saudí, al igual que el resto de países del Golfo, ha sido vista tradicionalmente como un mercado de importancia para los productos de lujo. Por el contrario las personas de clase alta suelen aprovechar sus desplazamientos a Europa para adquirir estos bienes de alto valor añadido. Dadas las características demográficas y la tendencia de crecimiento económico, Arabia Saudí resulta un mercado atractivo para el producto enfocado al consumidor de poder adquisitivo medio o medio-alto. Como se ha desprendido de las entrevistas realizadas a lo largo del proceso de elaboración de esta nota, el consumidor saudí es todavía un comprador por precio. Por ello, y para poder competir los productos asiáticos, la tendencia es crear una imagen de marca fuerte, diferenciada y asequible para gran parte de la población.

Cabe destacar que los productos españoles gozan de buena acogida. Las marcas españolas son relativamente conocidas, especialmente entre los consumidores con mayor poder adquisitivo. Sin embargo, es un hecho frecuente que los consumidores no asocien a determinadas marcas muy conocidas con España. Lo que determina la decisión de compra en la mayoría de los casos es el prestigio adquirido por la propia marca, no la marca "moda de España". España es uno de los principales destinos turísticos para los saudíes acomodados, que en muchos casos tienen su primer contacto con las marcas españolas durante sus vacaciones en la península.

V ■ ENTRADA AL MERCADO

La figura comercial principal para introducirse en el mercado saudí sigue siendo el agente. El proceso de selección del agente es muy importante y debe llevarse con rigor, ya que de ello puede depender en buena medida el éxito en este mercado. Asimismo es preciso tener en cuenta las dificultades legales a las que se podría llegar en caso de conflicto, al tratarse de un sistema jurídico muy distinto al occidental. Una vez elegido el agente es necesaria una interrelación fluida, con apoyo y viajes frecuentes al país.

Aunque desde 2002 se permite que los inversores privados extranjeros sean propietarios del 100% del capital en la mayoría de los sectores económicos, la “joint venture” es la opción más habitual por el conocimiento que aporta el socio local. Sin embargo, en el sector de la distribución sigue estando excluida la posibilidad de propiedad 100% extranjera por lo que es necesario contar con un agente o representante local.

Para la comercialización conviene tener en cuenta a distribuidores de categoría intermedia y no limitarse sólo a los más grandes del sector, ya que éstos suelen tener relaciones sólidas con competidores.

Desde hace algún tiempo se observa en los medios económicos y comerciales saudíes, una clara tendencia a reorientar sus relaciones hacia el continente asiático (India, China y Corea) para productos de gran consumo y bajo precio, y hacia Europa para productos con marca, alto valor añadido, y/o elevado contenido tecnológico. Dada la buena predisposición existente en Arabia Saudí hacia España, aunque la mayoría de los productos españoles son todavía poco conocidos en este país, hay excelentes oportunidades para las exportaciones españolas. Para ello resulta casi imprescindible la realización de reiterados contactos personales directos, en forma de visitas, misiones comerciales y participación en ferias. La relación personal es fundamental en Arabia Saudí y difícilmente puede ser sustituida por otros métodos de marketing.

Durante los últimos años se han multiplicado los centros comerciales. En ellos se ubican buen número de tiendas de moda y boutiques. La franquicia se muestra como una buena forma de entrada al mercado.

La institución saudí encargada de establecer los estándares y requisitos técnicos, así como verificar su cumplimiento es la “Saudi Arabian Standardization Organization”, SASO (www.saso.org.sa)

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Los productos exportados necesitan en general disponer de etiquetas en lengua inglesa y árabe con la descripción del producto y del exportador. Asimismo la etiqueta de cualquier producto debe de hacer mención al país de origen de la mercancía. La etiqueta deberá también respetar las especificaciones de los siguientes estándares de la SASO: 1174 y 1173.

En materia de productos textiles los estándares publicados por SASO son los: 1021, 1046, 1098, 1101, 1117, 3016, 2847, 2978-2982, 2865, 2866,3004, 3006, 3009, 3010, 3892, 3893, 4047, 4010, 4012, 4015, 4822, 3005, 4098, 4099, 4783, 4784 y 4806,.

Para obtener el texto de los estándares ha de enviarse un fax al INFOCENTER SASO (+966 1 452 0193) que incluirá los datos de la empresa solicitante y una mención de lo estándares que desean adquirir; la SASO responderá con información relativa al precio y medio de pago.



VI. PRINCIPALES FERIAS DE INTERÉS

FASHION ARABIA 2008 (23-26 de marzo de 2008)

Contacto:

Internacional:

The Glassmill

1 Battersea Bridge Road

London SW11 3BG, UK

Tel: +44 (0)20 7223 3431

Fax: +44 (0)20 7228 4229

E-mail: international@acexpos.com

Medio Oriente

PO Box 40740

Jeddah 21511

Kingdom of Saudi Arabia

Tel: +966 (0)2 654 6384

Fax: +966 (0)2 654 6853

www.acexpos.com

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

DETALLES DE LA FERIA “FASHION ARABIA 2008” (23-26 de marzo de 2008)

Fashion Arabia 2008 se celebrará en el Yeddah International Exhibition Center, situado en la ciudad de Yeddah, la segunda ciudad de Arabia Saudí, situada en la costa del Mar Rojo al oeste del país. Dicho centro cuenta con 40.000 metros cuadrados de área total, de los cuales 10.000 son de exhibición. Las tarifas de participación son:

- Espacio cubierto: 250US\$/m²
- Espacio cubierto con estructura: 300US\$/m²
- Exterior: 100US\$/m²

Además existen diversas opciones de expositores ya diseñados con distintas superficies y equipamientos, en un rango de entre 2.800 dólares y 8.400 dólares.

La ficha de inscripción se debe enviar a:

Internacional

Al-Harithy Co. for Exhibitions UK Ltd

Fax: + 44 (0) 20 7228 4229

Medio Oriente

Al-Harithy Co. for Exhibitions Ltd

Fax: + 966 (0) 2 654 6853

ICEX

VII. PRINCIPALES EMPRESAS

FAWAZ ABDULAZIZ AL HOKAIR AND COMPANY

P.O.Box 359 Al Shumaisi Street 11411
Riyadh

Tel: +966 1 435 0000

Fax: +966 1 435 7268

Contacto : Mr. Gery Waters (General Manager)

E mail : info@alhokair.com.sa

www.alhokair.com.sa

AL JEDAIE GROUP (NESK)

P.O.Box 310 Riyadh 11411

Tel: +966 1 465 2000

Fax: +966 1 465 3000

Contacto: Mr. Faisel Al Jedaie (CEO)

E mail: info@nesk.com.sa , www.nesk.com

AL SHAYA INT. TRADING CO.

PO Box: 543Riyadh 11421

Tel : +966 1 466 1155

Fax : +966 1 464 3506

Contacto: Mr. Hisham Al Khaldi (HRS Manager)

www.alshaya.com.sa

ANWAL UNITED TRADING COMPANY

Almass Center 8th and 9th Floor

P.O.Box 29303 Riyadh

Tel: +966 1 201 3000

Fax: +966 1 201 2855

www.anwal.com

AL RUBAIYAT COMPANY FOR INDUSTRY AND TRADE

P.O. Box 5967 Jeddah 21432

Tel: +966 2 660 6699

Fax: +966 2 283 0961

Contacto : Mr. Marco Bester (General Manager)

Email: customerservice@rubaiyat.com

www.rubaiyat.com/

AL SAWANI GROUP

Al Basateen Center

PO Box 9411 Jeddah 21413

Tel : +966 2 691 2612

Fax : +966 2 691 1320

Contacto: Mr. Abdulkader Othman Abdulkader (Chairman)

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Email: info@al-sawani.com

www.al-sawani.com

GENERAL MARKETING CORPORATION (SARA GROUP)

P.O.BOX 266,
3rd, Floor Al Babtein Building,
Dhahran Street,
Near Al Rasheed Mall,
Al Khobar 31952,
Tel: +966 3 869 0775
Fax: +966 3 869 1633
www.saragmc.com .

ABDUL WAHAB AL GARAWI GROUP

Al Garawi Center – Batha Street
P.O Box: 41122 Riyadh 11521
Tel: +966 1 401 0666 / +966 1 4022 666
Fax: +966 1 401 4172
Email: info@algarawigroup.com
www.algarawigroup.com

AL DANAH GROUP

P.O. Box: 58409 Riyadh - 11594
Tel: +966 1 403 64 44
Fax: +966 1 403 9400
info@saudidanah.com

LEATHER CORNER TRADING CO.

PO Box: 99987 Riyadh 11625
Tel: +966 1 217 0026
Fax: +966 1 217 0025
www.appareluae.com

GIORDANO FASHIONS

PO Box 3048 Al Khobar 31952
Tel : +966 800 244 0128
Email: sales@giordano-me.com
www.giordano-me.com

A S AL SAYED COMMERCIAL EST

PO Box 25033 Riyadh 11466
Tel : +966 1 4742666
Fax : +966 1 4774101
Contacto: Mr. Wael Al Rashid (General Manager)
E-mail: gm@alsayedgroup.com
www.alsayedgroup.com

AJLAN CO

PO Box 1563 Riyadh 11441
Tel : +966 1 273 4167
Fax: +966 1 4630 639

ASMA STORES

PO Box 3031 Al Khobar 31952
Tel : +966 3 896 1714 / 3 864 3579
Fax : +966 3 898 2659
Email : asma@asma-stores.com

AL AMOUDI TRADING CORP

New Street, Al Balald
PO Box 17662 Riyadh 21473
Tel : +966 1 446 0807
Fax : +966 1 446 4080
Contacto: Mr. Ahmed Abdullah Balamesh
(General Manager)

EL MERCADO DE MODA Y CONFECCIÓN INFANTIL EN ARABIA SAUDÍ

Email : techryd@smalamoudi.com.sa

Fax : +966 2 644 0389

Email : info@mosaco.com

AL OWAIS TRADING & CONTG EST

PO Box 3276 Riyadh 11471

Tel : +966 1 4542146, 470 0001, 470 0002

Fax : +966 1 4540910

Contacto: Mr. Musa Hamad Al Owais
(General Manager)

E-mail: alowaisco@yahoo.com

www.alowais.com

SAGGAF HUSSEIN ASSAGGAF & BROTHERS CO

PO Box 19296 Jeddah 21435

Tel : +966 2 642 4712

Fax : +966 2 643 9211

ABDUL AZIZ OTHMAN AL HUSAN TRADING EST.

PO Box 43146 Riyadh 11561

Tel : +966 1 232 0249, 232 2306

Fax : +966 1 209 1589

BASHIR AL HALEES CORP (BASHIRCO)

PO Box 30569 Jeddah 21487

Tel : +966 2 636 0468, 636 0914

Fax : +966 2 636 2768

ABDULAZIZ SALEH AL MUTAWA EST.

PO Box 10600 Riyadh 11443

Tel : +966 1 411 1740

Fax : +966 1 411 8483

MOHSEN STORES

PO Box 3498, Jeddah

Tel: +966 2 669 3517

Fax:: +966 2 669 3037

Email mohsenstores@hotmail.com

AL ATIMAD EST FOR TRADING

PO Box 3921 Riyadh 11481

Tel : +966 1 464 3393, 465 7828

Fax : +966 1 464 7937

Email : alatimad@hotmail.com

MOHAMED O ALGUTHMI SONS CO LTD

PO Box 858 Jeddah 21421

Tel : +966 2 6500888, 6500818, 6522650

Fax : +966 2 651 4085

Contacto: Mr. Ahmed Mohamed Alghuthmi
(General Manager)

Email : alguthmi@anet.net.sa.

AL EKHA TRADING ESTABLISHMENT

Off 9 2F, Al Hefni Comm'l Centre

PO Box 18980 Jeddah 21425

Tel : +966 2 648 1571

Fax : +966 2 649 4389

MOHAMED SAIED COMMERCIAL CORP (MOSACO)

PO Box 16359 Jeddah 21464

Tel : +966 2 643 8232, 644 4499

VIII. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN RIAD

Faisaliah Tower, 11th floor.

P.O. Box 94327

Riyadh 11693

Tel. : +966 1 2734707 / +966 1 4645125 / +966 1 4612153

Fax : +966 1 2734705 / +966 1 4621303

Email : riad@mcx.es

www.oficinascomerciales.es

EMBAJADA DE ESPAÑA EN ARABIA SAUDÍ

Diplomatic Quarter

Riyadh

Tel: +966 1 4880606

Fax: +966 1 4880420

Email : embespas@mail.mae.es / embespas@nesma.net.sa

EMBAJADA DE ARABIA SAUDÍ EN ESPAÑA

TEL: +34 91 393 22 29 / 383 43 00

FAX: +34 91 302 11 45

www.arabiasaudi.org

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

P.O. Box 1774

Riyadh 11162

Tel: +966 1 4012222 / +968 1 4014708

Fax: +966 1 4038421 / +968 1 4026640

Email: info@commerce.gov.sa

www.commerce.gov.sa

ORGANIZACIÓN DE ESTÁNDARES DE ARABIA SAUDÍ (SASO)

P.O. Box 3437

Riyadh 11471

Tel: 966 1 4520000

Fax: 966 1 4520086

Centro de Información:

Tel: +966 1 4520132

Fax: +966 1 4520193

Email: enquiries@saso.org.sa

www.saso.org.sa

AUTORIDAD DE ADUANAS DE ARABIA SAUDÍ

Email: webmaster@customs.gov.sa

www.customs.gov.sa

CONSEJO DE COOPERACIÓN DEL GOLFO ARÁBIGO (CCG)

Tel: +966 1 482 7777

Fax: +966 1 482 90 89

www.gcc-sg.org

IX. ANEXO: REGULACIÓN DE LOS DESCUENTOS Y REBAJAS

De acuerdo con el Decreto ministerial nº 757/ 3/49/33

NOTA: el texto que se recoge a continuación NO constituye una traducción del decreto original saudí sino un extracto de sus puntos fundamentales.

1) **Solicitud de la autorización para celebrar rebajas.**

Todo establecimiento comercial que tenga la intención de celebrar rebajas tiene que obtener con anterioridad una autorización de la cámara de comercio correspondiente. Para ello, deberá presentar una solicitud con un mínimo de un mes de antelación respecto la fecha prevista para el inicio de las rebajas. En la solicitud la empresa debe especificar el motivo de celebración de las rebajas, es decir, si se trata de rebajas de temporada o de rebajas por liquidación. También debe presentar una lista que incluya todos los productos que serán objeto de descuento, mencionando su precio anterior al descuento, su precio rebajado y el porcentaje del descuento. Finalmente, en la solicitud se debe informar a la cámara de comercio de las fechas previstas para la celebración de las rebajas.

Una vez recibida la solicitud, la cámara de comercio competente informará al Ministerio de Comercio. A partir de entonces dispone de un plazo de una semana para decidir acerca de la solicitud. En cualquier caso, deberá hacer llegar una respuesta a la empresa solicitante con al menos 15 días de antelación respecto de la fecha prevista para el inicio de las rebajas.

En caso de recibir una respuesta afirmativa, el establecimiento que practique descuentos en sus precios está obligado a exponer en un lugar visible la autorización de la cámara de comercio. También deberá conservar el listado de productos objeto de descuento, con sus respectivos precios, al que la cámara de comercio haya dado el visto bueno.

2) **Periodos en que se permite celebrar rebajas de temporada.**

La legislación saudí sólo permite celebrar rebajas de temporada durante periodos delimitados en el tiempo. Dichos periodos se corresponden con la segunda quincena de marzo y los dos meses inmediatamente consecutivos, y con la segunda quincena de septiembre y los dos meses inmediatamente consecutivos.

3) **Duración de los periodos de rebajas de temporada.**

Además de celebrarse en aquellas épocas del año en que están autorizadas, las rebajas en los establecimientos comerciales no podrán exceder de 45 días de duración.

4) **Condiciones**

- La cámara de comercio exige que al menos el 50% de los productos comercializados por el establecimiento sean objeto de descuento.
- Los porcentajes de descuento deberán ser como mínimo del 15%.
- Cada producto deberá objeto de descuento deberá exponerse haciendo mención tanto de su precio posterior al descuento como de su precio original.



ICEX