

Informes Sectoriales

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Belgrado

El sector textil en Serbia y Montenegro

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

ICEX

El sector textil en Serbia y Montenegro

Este informe ha sido realizado por la Oficina
Económica y Comercial de la Embajada de
España en Belgrado

Enero 2006.

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	5
II. INTRODUCCIÓN	6
1. Situación y estructura de la economía en general	6
2. Situación específica de la industria	9
III. DEFINICION DEL SECTOR TEXTIL	12
1. Delimitación y características del sector	12
2. Descripción general del sector	13
3. Problemas y perspectivas del sector	16
IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA	22
1. Producción nacional y principales fabricantes	22
2. Producción extranjera y principales proveedores	27
3. La oferta textil de Montenegro	29
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	32
1. Tamaño y perspectivas del mercado	32
2. Tendencias actuales en el mercado de SyM	39
3. La distribución y lugares de compra	40
4. Perfil del consumidor	42
VI. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y FORMAS DE IMPLANTACIÓN	45
1. Búsqueda de un socio local	45
2. Establecimiento de una sociedad	46

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

3. Apertura a la inversión extranjera	50
4. Barreras arancelarias y no arancelarias y requerimientos de entrada	55
5. Aspectos prácticos de una inversión	58
VII. OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA	60
1. Percepción del producto español	60
2. Eventuales riesgos para la empresa española	60
VIII. ANEXOS	63
1. Empresas fabricantes de textiles e hilados varios.	63
2. Importadores de confección textil	66
3. Importadores y distribuidores mayoristas de textiles para el hogar	70
4. Asociaciones	73
5. Otras direcciones de interés	73
6. Acuerdos preferenciales con la UE	76

I. CONCLUSIONES

El sector Textil en Serbia y Montenegro ¹ (SyM) tiene unas peculiaridades que podrán apreciarse a lo largo de todo este estudio, pero que se pueden resumir en los esfuerzos que se realizan para salir de la profunda crisis que ha caracterizado y sigue caracterizando a este sector en los últimos años. Una de las formas de recuperarse es mediante la contratación de “maquilas” o fabricación a pedido de prendas textiles (sistema que también se aplica, entre otros, en el sector calzado), en las que el contratante suele suministrar todos los materiales y los modelos a confeccionar, en tanto que el fabricante local pone las instalaciones y la mano de obra. Este sistema no es más que un “paliativo” a corto plazo, que apoya en alguna medida a la recuperación de la oferta de la industria textil de SyM, pero no resuelve el problema de fondo: la enorme necesidad de nuevas inversiones en tecnologías y equipos, actualmente obsoletos, así como en infraestructuras industriales, además de la falta de modernización empresarial, diseños, marketing, etc.

Por otro lado, las ventajas comparativas que tenía en el pasado la industria textil de SyM, básicamente en la disponibilidad de mano de obra bien calificada y barata, está siendo asumida hoy día por otros países del entorno; además de la presión que sufre este sector en su propia casa con la llegada de la producción china.

Una esperanza se asoma a este sector tras los últimos acuerdos sobre textil con la UE, lo que permitirá una mayor recuperación de la industria, por un lado, pero dentro de poco exigirá una mayor capacitación para hacer frente a una oferta europea que tendrá mayores ventajas con la reducción de aranceles a los que se obliga el país con respecto a los productos UE. Quizás la recuperación definitiva venga de la mano de las más que necesarias inversiones extranjeras, para las que existen atractivos fiscales y una interesante privatización de empresas públicas.

¹ El Estado de Serbia y Montenegro, capital Belgrado, definido como comunidad estatal, fue constituido el 4 de febrero de 2003 por los parlamentos de las repúblicas ex yugoslavas de Serbia y de Montenegro. País en proceso de transición hacia una economía de mercado, miembro del Consejo de Europa desde el 3 de abril 2003 y aspira a firmar el Acuerdo de Estabilización y Asociación (AEA) con la UE, cuyas negociaciones se han iniciado a primeros de noviembre 2005, siendo probable que antes haya firmado el Acuerdo PfP con la Otán. De manera similar ha iniciado negociaciones -en septiembre 2005- para su integración en la OMC.

II. INTRODUCCIÓN

1. SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA EN GENERAL

La economía de SyM durante el año 2004 y 2005 ha logrado un importante crecimiento pero todavía en un marco de inestabilidad. Así, el PIB registra un aumento del **8,6 %** en 2004 y un **6,5 %** (preliminar, sólo Serbia) en 2005; la producción industrial lo hace en un **7,1 %** y sobre un **1 %** (preliminar, sólo Serbia); el producto agrícola aumenta en **18,2 %**, etc. Sin embargo, el déficit del comercio exterior prácticamente duplica las exportaciones. Las reformas económicas en curso han permitido controlar un tanto la inflación, colocándola en un **9,8 %** de media anual para el año 2004 pero se dispara en Serbia con un **17,7 %** en 2005 (dato preliminar), a pesar de llevarse a cabo una política monetaria y fiscal de carácter restrictivo. Datos preliminares en Serbia para el 2005 registran un PIB por habitante de 3.183 dólares, en tanto que el sueldo medio mensual y neto alcanzaría a unos 209 euros en 2005.

Por otra parte, la política económica está exigiendo la progresiva supresión de "precios políticos" en servicios esenciales (electricidad, teléfono, gasolina, servicios municipales), lo que está en armonía con lo exigido por el FMI; pero ello producirá un efecto inflacionista adicional, efecto que es muy posible que se traslade a la cotización del dinar con respecto a el euro, con un deslizamiento a la baja de la moneda local, que actualmente (15.12.2005) tiene un cambio medio de 86,00 dinares por euro (79,59 a fines del 2003 y 68,49 a fines de 2003).

El intercambio del comercio exterior de Serbia en los primeros 10 meses de 2005 llega a **9.710,5** millones de euros. Las exportaciones serbias alcanzan en este periodo a **2.911,6** millones de euros y las importaciones son de **6.798,9** millones de euros.

En este mismo periodo el intercambio comercial de Serbia con España alcanza a **111,8** millones de euros (140,17 M\$), correspondiendo a las exportaciones serbias 38,1 millones de euros (47,78 M\$) y a las ventas españolas **73,7** millones de euros (92,39 M\$). Cabe señalar que las exportaciones serbias aumentan un **105,5 %** (aumento del **110,8 %** en dólares) con respecto al mismo periodo del año anterior y las importaciones provenientes de España caen un **3,6 %** (caída del **1,1 %** en dólares).

El aumento del poder adquisitivo de la población es evidente aunque su crecimiento sea más lento de lo esperado. Así, en Serbia a fines de octubre 2005 el sueldo mensual medio y neto asciende a 18.265 dinares, o sea unos **215** euros. En relación con ello hay que

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

destacar que aumenta también el ahorro de divisas de la población. Así, en Serbia y de acuerdo con el Banco Nacional de Serbia (BNS), desde comienzos de año hasta el 24 de noviembre 2005 se registra un incremento en las cuentas de ahorros en divisa de 671,1 millones de euros, con lo que la suma total de estos ahorros al pasado día 24 de noviembre llega a **2.100** millones de euros.

Una vez más la situación económica en el futuro inmediato va a depender de cómo se desarrolle la situación política del país, ante todo de las elecciones generales en Serbia en 2006, que a su vez estarán influidas por las negociaciones sobre el status de Kosovo y el Referendum de Montenegro sobre la continuidad del actual Estado.

Evolución de principales indicadores económicos de Serbia y Montenegro

Indicadores	2002	2003	2004	2005
PIB, variación %	4,0	2,5	8,0	6,5 ⁽¹⁾
PIB por habitante US\$	1.800	2.500	2.796	3.183 ⁽¹⁾
Producción Industrial, %	1,7	-2,7	7,1	2,8 ⁽²⁾
Inflación, dic/dic, %	14,2	7,6	13,4	17,7 ⁽³⁾
Inflación media anual, %	19,2	11,2	9,8	17,0 estim.
Paro, s/ Población activa, %	24,7	28 a 30	31,7	...
Exportaciones, M US\$	2.275	2.650	3.979	3.660 ⁽⁴⁾
Importaciones, M US\$	6.320	7.952	11.752	8.522 ⁽⁴⁾
Reservas divisas BNS (*), M US\$	2.280	3.580	4.200	5.352 ⁽⁵⁾
Res. total: BNS+ bancos, M\$	3.063	4.300	5.100	6.011 ⁽⁵⁾
Tasa redescuento BNS, % anual	9,5	9,5	8,5	8,5
Cambio divisas (**): 1 euro = din.	61,58	68,4861	79,5940	86,00 ⁽⁶⁾

(*) BNS: Banco Nacional de Serbia. (**) Cambio al 30 de diciembre de c/año.

(1) Sólo Serbia, previsión 2005; (2) Serbia: noviembre 05/noviembre 04, (3) Serbia: dato preliminar (4) Sólo Serbia: enero- octubre 2005. (5) a fines de noviembre 2005, reserva BNS= 4.528 M euros, lo que cubre en un 251 % la masa de dinero en circulación. La reserva total es de 5.086 M euros; (6) cambio medio al 15.12.2005.

(Para mayores informaciones: Banco Nacional de Serbia: www.nbs.yu)

Las principales magnitudes macroeconómicas, datos coyunturales.

PIB.

Tras importante crecimiento 2001 del 6,2 %, sigue aumento del 4 % en 2002, aumento 2,3 % en 2003 y fuerte recuperación 2004 con tasa de crecimiento en el entorno del 8 % (4,4 % a precios constantes de 1994), lo que permite observar una senda fluctuante de crecimiento; las previsiones para el 2005 son optimistas y sitúan el crecimiento cercano al

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

6,5%, estimándose crecimientos similares en 2006 y 2007, en cambio la previsión para 2008 es del 7 %.

De acuerdo con fuente oficial SIEPA, el PIB del 2004 sería de 21.377 M\$ (una previsión de 22.338 M\$ para el 2005), correspondiendo un **PIB por habitante** de 2.813 dólares para el año 2004. El dato preliminar 2005 sitúa este indicador en unos **3.183** dólares.

Producción Industrial.

La producción industrial en el 2004 logra un importante crecimiento de 7,5 %, tras haber caído el año anterior en 2,7 %. A noviembre de 2005 sobre noviembre de 2004 se registra en Serbia un aumento del 2,8 %.

Utilización de la capacidad instalada en la industria: una media de aprox. 70 %, con grandes variaciones entre los sectores industriales.

Remuneraciones y ahorro de las personas.

Los **salarios**, si bien aumentan paulatinamente se encuentran todavía a bajos niveles, así el sueldo medio mensual neto a fines de septiembre de 2005 en Serbia alcanza a unos 212 euros (en Montenegro la remuneración media es bastante similar). Los salarios medios aumentan, en términos reales, un 1,57 % en agosto con respecto al mes anterior y un 9,26 % sobre agosto 2004. Datos preliminares 2005, un salario medio mensual y neto de 209 euros.

El **ahorro** de las personas en cuentas en divisas alcanza a fines de 2004 a unos 1.420 millones de euros, habiendo aumentado sobre el año anterior en un 36,4 %; mientras a fines de noviembre 2005 los ahorros de los ciudadanos en cuentas bancarias llegaban a 2.100 millones de euros.

Se constata **aumento del poder de compra** de la población, que se refleja primeramente en la demanda de bienes de consumo.

Inflación.

La inflación media anual en SyM en el 2004 fue de 9,8 %, en tanto que la medición interanual diciembre sobre diciembre llegó a un **13,4 %**. Para noviembre 2005 / noviembre 2004, dato sólo para Serbia: **15,2 %**. Para el conjunto de SyM, último dato: octubre 2005 sobre octubre 2004: 17 %. Previsión para el año 2005: un 18 %, previsión 2006: sobre 11 %, para ir bajando sucesivamente (2007: 7 a 8 % y 2008: sobre un 5 %). Últimos datos (preliminares) para el conjunto de 2005: una inflación del 17,7 % en Serbia.

Comercio Exterior.

El **intercambio comercial** con el extranjero de SyM es de **15.731 millones de dólares** en el año 2004. Las exportaciones fueron de 3.979 M\$ y las importaciones alcanzaron a 11.752 M\$, siendo el déficit del comercio exterior de 7.773 M\$; con ello la cobertura de las importaciones por las exportaciones es de tan sólo un 33,9 %.

Últimos datos, sólo para Serbia, período enero – octubre de 2005: intercambios con el extranjero de 12.182 M\$. Las exportaciones alcanzan a **3.660 M\$** y las importaciones llegan a **8.522 M\$**. El déficit del comercio exterior es de 4.862 M\$. La cobertura en este caso es del 42,9 %.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Las exportaciones de SyM en el año 2004 se dirigen en un **52,1 % a los países de la UE**, desde donde provienen también un **54,3 %** de las compras de SyM en el exterior.

SyM goza de Preferencias Generalizadas a exportaciones con destino a la UE desde abril de 2001, sin restricciones cuantitativas y exentas del pago de aranceles a la gran mayoría de sus exportaciones. La Comisión ha ampliado el tratado preferencial hasta fines 2010.

El comercio bilateral con España.

En 2004, de acuerdo con los datos locales, llega a **164,37 M\$**, con exportaciones españolas de **123,25 M\$** y ventas serbias de **41,12 M\$**.

Los últimos datos locales para el período enero – octubre de 2005: intercambios comerciales de Serbia con España de **140,17 M\$**, correspondiendo a las exportaciones españolas **92,39 M\$** y a las ventas serbias **47,78 M\$**. Las exportaciones serbias aumentan en este periodo en un 110,8 % y las ventas españolas caen en un 1,1 %.

En las exportaciones españolas de 2004 destacan: productos de minerales no metálicos (cap. 66), vehículos motorizados (cap. 78), medicinas y farmacéuticos (cap. 54), productos para colorear y tratar pieles (cap. 53), maquinaria y aparatos eléctricos (cap. 77), papeles y cartones (cap. 64), maquinaria industrial en general (cap. 74), etc.

España se ha situado como cliente en un puesto 18°. La cuota de mercado actualmente es de un **1,1 %**.

En las importaciones españolas de 2004 destacan: equipos y medios de transporte varios (cap. 79), productos metalúrgicos varios (cap. 69), manufacturas de caucho (cap.62), metales no ferrosos (cap.68), confecciones textiles (cap. 84), maderas (cap. 24), manufacturas diversas (cap. 89), productos químicos orgánicos (cap.51), etc.

Últimos acuerdos bilaterales con España: Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones – **APPRI** de junio 2002, y en negociación el Convenio para evitar la Doble Imposición - **CDI**, y el Programa Financiero firmado en Madrid el 13 de junio 2005: **FAD** 50 millones de euros y **FEV** inicial 1 millón de euros.

Deuda Externa.

La deuda externa de Serbia a fines de octubre 2005 es de 14.880 millones de dólares, aproximadamente un 63 % del PIB. La estructura principal de esta deuda es: 4.817 M\$ a las IFIs (2.200 M\$ Banco Mundial, 959 M\$ FMI, 334 M\$ BEI, 326 M\$ BERD, etc.), 3.597 M\$ a gobiernos y sus agencias (2.640 en Club de Paris), 1.077 al Club de Londres, etc. La deuda externa a corto plazo asciende a 1.132 M\$. La deuda de Kosovo, que asume Serbia, es de 1.177 M\$.

Finalmente, cabe destacar aquí que mejora la calificación de **riesgo país** de SyM. Así, Standar & Poor`s ha calificado a Serbia en el ratio **BB-** para crédito soberano a largo plazo y **B** para crédito a corto plazo. Montenegro ha obtenido recientemente calificación **BB+** para largo plazo y **B** para corto plazo.

2. SITUACIÓN ESPECÍFICA DE LA INDUSTRIA

- **Producción industrial en Serbia**, ha tenido una variación anual como sigue:

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (*)
Produc. ind, %	+ 9,6	+ 5,0	- 23,1	+ 11,2	0,1	+ 1,7	- 2,7	7,5	+ 2,8

(*) 2005: variación interanual noviembre 2005 sobre noviembre 2004. Preliminar 2005: poco más de 1 %.

Fuente: Weekly Economic Bulletin (19.8.2004) y BNS – Key Economic Indicators

- Estructura empresarial

El tejido empresarial, por tipos de empresas, presenta la siguiente estructura:

Tipo de propiedad	Total	Agricultura	Manufacturas	Constr.	Distrib. al por mayor y detallista	Transporte, almacenaje Comunicac.	Acts. Inmob. y alquiler	Otras ¹
Social	7.354	478	1.541	597	1.508	364	597	2.269
Privada	196.963	4.883	28.857	6.039	126.065	10.638	13.169	7.312
Cooperat.	6.009	2.287	201	569	465	113	2.143	231
Mixta	4.777	243	1.419	303	1.343	305	544	620
Estatal	2.787	18	38	70	30	24	96	2.511
Otra	36.278	-	29	6	5	3	46	36.189
Origen del capital								
Nacional	212.082	7.842	30.830	7.415	126.329	11.104	15.914	12.648
Extranjero	1.986	13	309	45	1.177	108	246	88
Mezcla	3.822	54	917	118	1.905	232	389	207
Otros	36.278	-	29	6	5	3	46	36.189
Por regiones								
Central Serbia	176.455	4.806	24.003	5.537	88.657	7.997	12.976	32.479
Vojvodina	23.097	219	3.516	1.003	9.601	1.042	2.828	4.888

1. Incluye; Pesca, minería y explotación de canteras, electricidad, gas y suministro de agua, hoteles y restaurantes, intermediación financiera, administración pública y seguridad social, educación, salud y trabajo social, otros servicios comunitarios, sociales y personales, casas de huéspedes y organizaciones y cuerpos extraterritoriales.

Fuente: «Serbia en Cifras 2003», Oficina de estadística de Serbia.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Hay que señalar que desde comienzos de 2005 se ha iniciado una campaña de nuevo registro empresarial de acuerdo con la recientemente creada Agencia de Registro Empresarial, habiéndose dado de alta a la fecha unas 235.000 empresas.

En función de los datos adjuntos, podemos concluir que:

El tejido empresarial en Serbia se encuentra básicamente polarizado en dos grandes categorías:

- Empresas de propiedad privada. Constituyen amplia mayoría numérica pero en términos productivos tienen menor peso que las empresas públicas. Las razones de ello son el escaso tamaño de la mayoría de estas empresas y su menor capacidad tecnológica y financiera respecto a las empresas públicas.
- Empresas públicas. Conviene hacer dentro de ellas una subcategorización:
 - Empresas de propiedad estatal
 - Empresas de propiedad social. Son empresas cuyo capital es normalmente estatal, pero cuya gestión ha sido cedida a los entes administrativos locales (municipios) que a su vez han delegado en los propios trabajadores de la compañía las labores gerenciales de la misma. Así, en la práctica, podrían definirse como empresas autogestionadas por la plantilla, pero de capital estatal.
 - Cooperativas

Las compañías públicas son mucho mayores en tamaño medio y su creación no siempre ha obedecido a criterios puramente económicos. Además, en multitud de ocasiones se encuentran sobredimensionadas (con los problemas financieros que eso conlleva). Todavía ocupan un porcentaje muy alto de la producción y son la gran incógnita. En función del grado de éxito del proceso de privatización que está llevando a cabo se verá como evoluciona en los próximos años la economía del país.

III. DEFINICION DEL SECTOR TEXTIL

1. DELIMITACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

La presente nota analiza el sector de la **industria textil** en Serbia y Montenegro, si bien en la mayoría de los casos sólo se hará referencia a la actividad realizada en la República de Serbia, ya que frecuentemente se carece de datos homologables por parte de la República de Montenegro, además de ser la industria textil montenegrina poco significativa y encontrarnos aquí con un mercado muy reducido.

El sector de la **industria textil** está comprendido dentro del sector industrial general del país, caracterizado a su vez por la fuerte crisis por la que ha pasado el país y de la que aún no termina de recuperarse. Aunque se ha dado un repunte en la producción industrial durante el 2004, todavía existen una serie de problemas estructurales cuya reforma es necesario afrontar por parte del Gobierno. Estos problemas son:

- Ausencia de inversión suficiente. La industria cuenta con una maquinaria obsoleta que le hace ser cada día menos competitiva.
- Escasez de materias primas locales, lo que conlleva su importación a mayores costes, encareciendo excesivamente el producto final ante una limitada capacidad de compra del consumidor.
- Las fuentes de financiación son escasas y caras, con un sector de Banca Comercial poco desarrollado, sin incentivos a la competencia y con una gran dependencia de las instituciones de financiación multilaterales como proveedores de fondos.
- El tamaño muchas veces excesivo de las empresas a veces acaba generando problemas de liquidez. En muchos casos la misma empresa se encarga del ciclo entero del producto (casi desde la extracción o compra de materias primas hasta la venta al consumidor final) y eso hace que se tarde mucho en recuperar los fondos invertidos y se deba recurrir a financiación ajena para afrontar sus obligaciones financieras a corto plazo.

En materia de autorizaciones, regulaciones y control del sector, cada una de las dos repúblicas que integran el Estado de SyM son completamente autónomas. No obstante, las instituciones que en su momento pueden ser de utilidad para el sector son, a nivel federal o de la comunidad de Estados de SyM:

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- **Ministerio de Relaciones Económicas Internas**

(Ministarstvo za unutrašnje ekonomske odnose)

c/. Bulevar Mihaila Pupina 2. 11070 Novi Beograd

Tel. +381-11- 311 13 12, Fax +381-11- 142 088; kabinet@smput.sv.gov.yu

Es el ministerio de comercio interior, con atribuciones sobre coordinación y armonización de los sistemas económicos de ambos estados miembros, con el objetivo de hacer funcionar el mercado común entre Serbia y Montenegro. Su importancia radica más bien en temas de:

- Aduanas y sus procedimientos: oficina de coordinación aduanera para SyM
- Normas técnicas internacionales: Cuerpo de Acreditación de SyM
- Normalización: asuntos a cargo del Instituto de Normalización
- Patentes y propiedad intelectual: Instituto de la Propiedad Intelectual (Zavod za intelektualnu svojinu)
c/. Bulevar AVNOJ-a 104. 11070 Novi Beograd
Tel. +381-11- 602 555, www.yupat.sv.gov.yu
- Mediciones: Instituto de Mediciones y Metales Preciosos

- **Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales**

(Ministarstvo za ekonomske odnose sa inostranstvom)

c/. Bul. Mihaila Pupina 2. 11070 Novi Beograd

smf.inoodnosi@sezampro.yu www.umier.gov.yu

tel. 311.28.02, 301.44.16, 311 73 48, 301.44.24

- **Oficina del Gobierno Federal para la Asociación con la Unión Europea**

(Direkcija za Evropsku uniju) - EIO

Bul. Mihaila Pupina 2. 11070 Novi Beograd

Tel. +381-11- 311.18.01, www.feio.sv.gov.yu

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SECTOR

Teniendo en cuenta su aportación al producto interior bruto industrial obtenemos los siguientes datos, que nos dan una idea bastante aproximada del peso de este sector en el conjunto de la economía.

- Aportaciones al PIB de SyM de las principales ramas de la industria

Principales sectores	2001	2002	2003	2004
1. Agricultura y pesca	15,5	14,4	13,0	14,2
2. Industria y minería	24,8	23,1	21,7	21,4
• Industria manufacturera	19,4	18,0	16,5	16,6
□ Industria textil	2,6	1,9	1,2	1,0

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

3. Construcción	3,7	3,3	3,5	3,4
4. Comercio	7,0	7,7	8,4	9,0
5. Transportes y comunicaciones	7,9	7,7	8,3	8,8
6. Los demás	41,1	43,8	45,1	43,2
TOTAL PIB	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instituto de Estadística de Serbia – Working Document, pág 20: Gross Domestic Product Republic of Serbia (At 2002 Constant Prices), structure (%).

De acuerdo con estos datos, se aprecia cómo el sector textil pierde peso específico en la formación del PIB: desde el 2,6 % que aportaba en 2001 hasta el 1 % de 2004.

La importancia relativa del textil continúa siendo descendente año a año. La tendencia negativa de la producción comenzó en 1991². En ese momento la industria textil ocupaba uno de los principales lugares dentro de las industrias exportadoras de la economía serbia. Los problemas de la industria, que ya se han apuntado en el panorama general de la economía, afectan también a la industria del textil que además posee una serie de problemas específicos que hacen que una auténtica política de reestructuración sectorial haya de ser puesta en funcionamiento.

La institución oficial SIEPA destaca para el año 2002: una participación del sector en el producto industrial de un 10 %, exportaciones de 196 millones de dólares, de las que un 70 % se dirigen a los mercados de la UE; un empleo de unas 100.000 personas, equivalentes a un 13 % de la fuerza laboral de 2002. Las empresas privadas representarían dicho año un 77 % del total de empresas del país, que serían de 1.185 sociedades. El sector quedaría caracterizado también por contar con los sueldos mensuales netos más bajos: apenas unos 54 euros en el año 2002. También destaca SIEPA el proceso de privatizaciones, entre las que cuenta como exitosa la adquisición de la compañía textil ATEKS, que fue comprada por la italiana FIBES en subastas públicas (pagó unos 8 millones de euros). También la compra efectuada por la italiana AZIRA FASHION del Gruppo Real, que adquiere en el 2003 la empresa MARINA de Backa Palanka, especializada en lencería. Llama la atención en materia de trabajos de “maquila” o trabajos de perfeccionamiento –según SIEPA- las labores de la empresa OKTAN PRO que estaría exportando manufacturas hechas a pedido por las españolas MANGO y ZARA.

Por su parte, la Cámara de Comercio de Serbia, con cifras más recientes, destaca que el sector textil en 2004 llegó a exportar 235,5 millones de dólares, dominando en estas cifras las ventas al exterior de productos confeccionados con destino a los mercados UE (un 75 % de las exportaciones del sector), en los que destacan Italia y Alemania; seguidos por los mercados de las repúblicas ex yugoslavas (un 20 % de las exportaciones). En materia de producción esta institución destaca las labores realizadas en la región de Novi Pazar (sur oeste de Serbia), con importante desarrollo a partir de mediados de los 90, donde existe una cierta concentración de pequeñas y medianas empresas textiles, más bien especializadas en “maquilas”, muchas de éstas han iniciado su aprendizaje copiando prendas adquiridas en diversos mercados. Aquí se fabrican marcas como LEVI'S, BENETTON, NIKE, ADIDAS, etc. Las materias primas para el sector de Novi Pazar son

² Según estudio realizado por el instituto económico G17 de Belgrado, es a partir de este momento donde comienza el declive de la industria y se manifiesta la necesidad e proceder a su estructuración.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

importadas preferentemente desde Turquía, Grecia e Italia. En tanto que las adquisiciones de materias primas para el resto del país provienen también de países como Alemania, Eslovenia, Hungría, Rumania y Bulgaria.

En cuanto al uso de maquinarias y equipos, la Cámara de Comercio de Serbia destaca que la tecnología proviene fundamentalmente de Italia, Alemania y Japón. Las empresas de propiedad estatal y social cuentan con equipos de entre 10 a 30 años de antigüedad, mientras que las pequeñas y medianas empresas privadas están adquiriendo tecnologías mucho más avanzadas, con maquinarias de menos de 10 años de antigüedad. Esta Cámara destaca entre las empresas privadas de todo el país a firmas como IVKOVIC - Belgrado (tricotaje), LEGEND – Subotica (confección, pantalones), TODOR – Vrnjacka Banja (ropa juvenil), SIROGOJNO – Sirogojno (principalmente tricotaje), JASMIL- Arilje (lencería), DO – Belgrado (diseños especiales), etc.

- Estructura empresarial dentro de la industria del textil.

Básicamente se reproduce el modelo que se comentó en el panorama general de la economía. Es decir, existe una gran polarización de tamaños entre las industrias de capital privado y las de propiedad pública. Los datos del 2000 permiten analizar el número de empresas y trabajadores según el tipo de propiedad. Así podemos comprobar que el tamaño medio de la plantilla de las empresas es muy distinto. Las empresas de capital mixto que aparecen son en muchos casos empresas del textil originariamente de propiedad pública (cooperativas, empresas estatales o de propiedad social) de las cuales se ha privatizado una parte, bien sea parte del capital poseído por los trabajadores o por el propio Estado. Por lo tanto son empresas cuya estructura está más cercana a las macroempresas estatales que a las empresas privadas, y eso se puede percibir fácilmente en el tamaño medio de sus plantillas.

- Análisis de empresas según su estructura de propiedad

	Propiedad privada			Propiedad Social			Propiedad mixta		
	Nº Empresas	Nº Trabs	Tam medio	Nº Empresas	Nº Trabs	Tam medio	Nº Empresas	Nº Trabs	Tam medio
Hilados y tejidos	52	427	8	27	20.030	742	22	7.147	325
Textiles acabados	848	6.837	8	155	33.841	218	54	17.252	319
TOTAL	900	7.264	8	182	53.871	296	76	24.399	321

Fte: Cámara de Comercio de Serbia (año 2000)

Se han omitido 4 empresas con otras formas de propiedad y una plantilla de 132 trabajadores por su carácter explicativo marginal

También resulta especialmente significativo el dato del número total de trabajadores empleado por la industria textil en su conjunto. A falta de mayor cantidad de datos suministrados se ofrece la comparativa entre el año 1989, en el que la industria del textil no había entrado en crisis y el dato del año 2000, en el que la industria textil estaba en plena recesión.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Comparativa de datos del sector textil entre el año 1989 y 2000

Número de trabajadores	1989	2000	2000/1989
Industria y minería	1.064.096	712.058	-66,9%
Producción de hilados y tejidos	55.908	27.604	-49,4%
Producción de textiles acabados	121.628	58.062	-47,7%
Total industria textil	177.536	85.666	-48,3%

Fuente: Cámara de Comercio de Serbia

Como puede apreciarse el descenso del número de trabajadores ha sido realmente alarmante, pero el dato definitivo acerca de la tendencia descendente de la tasa de actividad en el sector viene dado por el dato de producción, stock y ventas en unidades físicas de los principales productos del sector textil, como veremos en el capítulo siguiente.

3. PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR

El panorama actual de la industria textil serbia es muy difícil. Esta rama, como ya se ha comentado en el punto anterior, se encuentra en una tendencia descendente que comenzó en 1991. Se esperaba haber tocado fondo en el año 2002. Sin embargo este año las noticias continuaron siendo negativas, con una caída en el total de las exportaciones de aproximadamente un 15%. El índice de producción tampoco se ha recuperado, y no se alcanzó durante el 2002 el 100% de la producción del año anterior.

- Análisis de exportaciones e importaciones por ramas de actividades

Millones de \$	Exportaciones			Importaciones			Saldo		
	2001	2002	Var, %	2001	2002	Var, %	2001	2002	Var, %
Industria y minería	1625	1885	116	4049	5370	133	-2424	-3485	144
Producción de hilos y tejidos	36	23	64	298	362	121	-262	-339	129
Producción de confecciones	193	173	90	114	142	125	79	31	39
Total industria textil	229	196	86	412	504	122	-183	-308	168
% de participación en total de la industria y minería	14%	10%		10%	9%		8%	9%	

Cámara de Comercio de Serbia

- Situación financiera

La situación financiera de la mayoría de las compañías que operan en el sector (alrededor de 1.000 según fuentes de la Cámara de Comercio de Serbia) tienen su producción paralizada o éstas se encuentran en proceso de quiebra. Durante el año 2002, 82 compañías dentro del sector textil hicieron uso de 372 millones de dinares (aproximadamente 6,16 millones de euros al tipo de cambio medio anual de ese año) de un fondo de asistencia financiera mediante inyecciones de capital aprobada por el Estado

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

como incentivo a la producción y a la exportación. Estos fondos se utilizaron fundamentalmente en renovación de algunos activos fijos, pero sobre todo en necesidades de capital circulante (liquidez para hacer frente al pago de salarios atrasados en su mayor parte). En vista de los resultados actuales podemos concluir que ese jugoso paquete de ayudas no ha sido utilizado de forma eficiente. La posibilidad de que estos activos acaben siendo perdidos por el Estado es alta, y, por si esto fuese poco, la falta de criterios uniformes en el reparto de los fondos estatales supone también un duro golpe para los empresarios privados, que, además, se ven presionados por todos los problemas de la situación económica actual.

- Principales problemas que se afrontan en la industria textil

- Las empresas están altamente endeudadas, sobre todo en términos de impuestos y contribuciones. Las razones básicas para ello son las mismas que se apuntan para la industria en su conjunto (falta de un mercado crediticio desarrollado y estructura inadecuada de muchas empresas). La situación es tan grave que, en muchas ocasiones, las cuentas bancarias han sido bloqueadas, lo que les impide seguir operando y pagando sus salarios a los trabajadores. Ello acabará conllevando la desaparición de muchas compañías ahogadas por el peso de sus costes fijos.
- La economía sumergida no se da sólo en las fases de venta y distribución del producto, sino también en la fase de manufactura del producto. Existen muchas empresas registradas como pequeños talleres que en realidad poseen una producción significativa y emplean a un considerable número de trabajadores. La incapacidad del Estado para controlar el fraude fiscal incrementa la competencia de empresas de la economía sumergida, y al tiempo obliga al Estado a incrementar los impuestos, lo que incentiva aún más la economía sumergida. Entramos en un círculo vicioso.
- Importaciones incontroladas de tejidos. Grandes cantidades de productos son importados con tarifas muy bajas o incluso libres de aranceles o como admisiones temporales ficticias (la mercancía entra en una zona franca para después ser desviada al mercado interior). Además se da el problema de la exportación incontrolada de materias primas (este problema es especialmente grave en la industria del cuero). Las consecuencias de esta situación son tremendamente negativas. En primer lugar, una industria sobredimensionada complica la situación financiera de las empresas con grandes costes fijos (en general las empresas de propiedad pública suelen responder a ese patrón). En segundo lugar, el precio de compra de la materia prima en el extranjero dispara los costes o empeora de forma considerable la calidad del producto final, según se opte por una materia prima cara o barata.
- El panorama comercial es bastante oscuro:
 - los costes operativos han llegado a incrementarse hasta en un 250%
 - los precios de las exportaciones han caído
 - no existen medidas de protección suficientes frente a la mayor competitividad de los productos exteriores

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Falta de renovación tecnológica. El mayor problema es la falta de capacidad financiera suficiente para afrontar las inversiones necesarias para tal renovación.
- Falta de motivación de los trabajadores. Dos razones fundamentales para que la masa laboral del sector textil sea especialmente poco productiva:
 - Salarios muy alejados de la media

Lista de salarios medios sin tasas ni impuestos por sector (Noviembre 2003)	en dinares
Salario Medio	12.254
Manufactura de tabaco y derivados	33.610
Actividades inmobiliarias y leasing	27.648
Transporte aéreo	27.245
Maquinaria y equipamiento de leasing	4.089
Manufactura de hilos y telas	2.947
Manufactura de confecciones y curtidos	2.363

Fuente Weekly Economic Bulletin Viernes 9 Enero 2004, 1 Euro equivalentes a 68 dinars

- Al mismo tiempo, escasísima cobertura social. El Estado únicamente cubre las bajas por maternidad, ninguna contingencia distinta a esta.
- Existencia de factores restrictivos relativos a la exportación a la UE, lo que impide que se materialicen muchos contratos de maquila. Situación que comienza a cambiar tras el Acuerdo Textil alcanzado con la UE.

- Medidas y programas de consolidación propuestas por expertos

- Condonación de las deudas de las empresas basadas en pagos pendientes de impuestos y contribuciones y el desbloqueo inmediato de sus cuentas bancarias, a fin de que estas puedan volver a operar a la mayor brevedad posible.
- El problema del aumento constante de los impuestos y las bases de contribuciones sociales debe solucionarse de inmediato. Los trabajadores deben cobrar salarios decentes para poder mejorar su motivación y elevar su productividad.
- Un mayor control fronterizo, tanto de las importaciones de productos extranjeros competidores como de exportaciones ilegales de materias primas. La creación de un sistema único de control de frontera y control de licencias de exportación a nivel Serbia y Montenegro es un requisito imprescindible para que pueda firmarse el Acuerdo Preferencial Textil con la UE.
- Una política gubernamental más activa en la protección de la industria doméstica (mayores protecciones para las importaciones y mayor número de incentivos a la exportación) y en la creación de un mercado de capitales más eficiente.
- Un sistema de lucha mucho más efectivo contra la economía sumergida. Los fabricantes privados consideran que el problema tiene fácil solución a través de la prohibición de cobrar comisiones por ventas y reducción de la burocracia necesaria.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Realizar un rápido y eficiente proceso de privatización del textil, para solucionar las necesidades más urgentes de liquidez, ya que:
 - Existen algunos subsectores no deficitarios dentro de la industria textil. El problema es que las empresas que pertenecen a ellos, en la mayoría de los casos, están integradas en grandes *holdings* estatales, que, en su conjunto, resultan deficitarios. La rápida privatización de las unidades de negocio rentables dentro de esos *holdings* sería una buena forma de salvar los subsectores rentables dentro del textil.
 - El despiece de los grandes conglomerados estatales también ayudará a incrementar el comercio intraempresas, fomentando una estructura empresarial más especializada, y que, al mismo tiempo, acorte el ciclo de cobro de muchas empresas, lo que tendrá excelentes repercusiones en la mejora de su liquidez y su fondo de maniobra.

Es necesario adoptar una estrategia nacional para conseguir una recuperación adecuada del sector textil, que corre el peligro de desaparecer. Existen inversores extranjeros que están interesados en el sector, pero todavía están expectantes sobre la hipotética recuperación del mismo. El Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo ha preparado un proyecto de consolidación para el textil y la atracción de inversores extranjeros al sector. El gobierno alemán también está particularmente interesado en la recuperación del textil. A través de sus bancos, el gobierno alemán ha aprobado una serie de créditos para renovación tecnológica en condiciones muy favorables de repago (vida del préstamo de 5 a 8 años, con una tasa de interés del 5% anual). Italia también ha comenzado a invertir en el sector textil de Serbia y Montenegro. Así, la empresa Dalle Carbonare ha invertido alrededor de 3 millones de euros en el reinicio de la producción de las fábricas de algodón de la empresa Branko Krsmanovic, que recientemente ha adquirido. La compañía italiana planea invertir 6 millones más y destinar la producción obtenida al mercado italiano (lo que da una idea de la calidad que puede obtenerse de los trabajos de maquila en Serbia).

- El Acuerdo Textil con la UE

Un problema importante con la industria textil era la ausencia de un Acuerdo Textil con la Unión Europea que asegure el libre acceso a este mercado de la producción de SyM. La inexistencia de un Acuerdo significaba que las compañías del sector textil están en desventaja frente a las de países de la zona que sí han podido firmarlo. El acuerdo es especialmente importante para Serbia, ya que Montenegro no posee prácticamente industria textil. Para la conclusión de este acuerdo, la UE exigía:

- Armonización de tarifas para los productos textiles de Serbia y Montenegro.
- Presencia de un solo negociador a nivel de Serbia y Montenegro.
- Establecimiento de un único centro de control de licencias de exportación para prever posibles abusos (en otros acuerdos preferenciales como el del azúcar se dio el caso de que grandes cantidades de producto se importaban ilegalmente para luego reexportar bajo falsa denominación de origen de SyM).

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Existencia de un centro coordinador de los distintos servicios de aduanas (en virtud del capítulo constitucional la competencia sobre control de fronteras dejó de ser federal, para ser gestionada a nivel de cada república, es decir, Serbia tiene un sistema de control y Montenegro otro.)

La armonización de las tarifas aduaneras textiles en Serbia y Montenegro ya ha sido completada. Como puede verse en el cuadro que se adjunta a continuación las tarifas aduaneras aplicadas en Serbia eran tres veces mayores que las de Montenegro (esto resulta bastante lógico si tenemos en cuenta que la mayoría de la industria textil está situada en la primera).

Código TARIC	Rango de tarifas existente		Tarifa armonizada final
	Serbia	Montenegro	
50,51,52,53,54,55	1-10%	0-5%	0-10%
56	5-10%	1-3%	5-10%
57	20%	5%	15%
58	10-20%	5%	15%
59	1-20%	0-3%	1-15%
60	10%	5%	10%
61	20-30%	10%	18-22%
62	20-30%	10%	18-22%
63	5-30%	5-10%	5-22%
65,66	20%	5%	5%

Fuente: Cámara de Comercio de Serbia

En diciembre del 2004 se firmó la propuesta de decisión del Consejo Europeo relativo a un Acuerdo entre la Comunidad Europea y la República de Serbia sobre el comercio de productos textiles.

El Acuerdo bilateral propuesto suspende los contingentes a cambio de un rápido desarme arancelario por parte de Serbia³. Los contingentes suspendidos no estarán sujetos al doble control (vigilancia) debido a la expiración del Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido.

El Acuerdo incluye disposiciones esenciales de acceso al mercado como el calendario de desarme arancelario en tres años y eliminación de las barreras comerciales (incluidas los obstáculos no arancelarios descritos en el anexo III del Acuerdo), y una cláusula de reversión para ambas partes en caso de incumplimiento de los compromisos respectivos.

³ Las categorías de productos sujetos a la suspensión de las restricciones cuantitativas en Serbia vienen especificados en el Anexo II.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Cuadro de desarme arancelario con la UE:

	Aranceles aduaneros (2004)	2005	2006	2007	2008 y ejercicios siguientes
Materias primas	0	0	0	0	0
	1	0,5	0	0	0
	10	7	5	3	0
Hilados/ fibras	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	0
	5	4	4	3	0
	10	7	5	2	0
Tejidos	1	1	1	1	0
	5	4	4	2	0
	10	7	5	2	0
	15	12	9	5	0
Prendas de vestir	5	5	4	3	0
	10	7	5	2	0
	18	14	10	7	0
	22	16	12	8	0

Fte: Acuerdo Textil. Anexo II.

El Acuerdo se aplica a los territorios donde sea aplicable el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y al territorio de Serbia. No se aplica en Kosovo que, actualmente, se encuentra bajo administración internacional de conformidad con la resolución 1244, de 10 de junio de 1999, del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.

Finalmente, el Acuerdo Textil con la UE entró en vigor en mayo de 2005, quedando liberalizadas las exportaciones de Serbia, en tanto que las importaciones de la UE tendrán reciprocidad de trato a partir de 2008.

Las restricciones cuantitativas de productos textiles aplicables a la República de Montenegro y Kosovo vienen reguladas por el reglamento de la UE No 931/2005 de 6 de Junio de 2005 que modifica los Anexos I, II, III B y VI del Reglamento No 517/94 sobre las reglas comunes de importación de productos textiles procedentes de terceros países no cubiertos por acuerdos bilaterales, protocolos, otros acuerdos u otras reglas de importación específicas de la Comunidad.

IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. PRODUCCIÓN NACIONAL Y PRINCIPALES FABRICANTES

A día de hoy, la industria textil es un componente muy importante de la economía, a pesar del menor peso relativo en la formación del PIB. Se estima que da empleo a unas 90.000 personas. Sin embargo, en el 2002 registra una importante caída de la producción de hilados y tejidos textiles del 27 %, los últimos datos referidos a noviembre 2005 sobre el mismo mes del año anterior registran una caída del 7,2 %; en tanto que la caída de la producción en el subsector de confecciones textiles es del 20,6 %.

- **Evolución de la producción textil**, porcentaje de variación (%) sobre el año anterior:

	2001	2002	2003	2004	2005 (*)
Hilados y tejidos	+ 2,0	-13,0	- 27,0	- 2,0	- 7,2
Confecciones textiles	+ 2,0	- 31,0	- 41,0	- 2,0	- 20,6

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «Industry», pág. 146. (*) Noviembre 2005 sobre noviembre 2004.

En Serbia hoy la mayoría de las empresas que funcionan con cierta normalidad son pequeñas y medianas empresas privadas.

- **Cuadro de análisis de producción, stocks y ventas del sector textil en Serbia**

Producción, Stocks y Ventas	Unidad de medida	2001			2002		
		Prod	Stock	Vtas	Prod	Stock	Vtas
Hilados de algodón	T	9023	1145	8061	6138	935	4902
Hilados de lana	T	7426	303	4870	2580	408	1497
Hilados sintéticos	T	3741	342	1597	3818	386	1615
Tejidos de algodón	000 m2	18952	9082	19130	10384	6826	11492
Tejidos de lana	000 m2	6382	4511	5299	4617	4431	4480
Tejido rayón de seda artificial	000 m2	3077	726	3224	1584	588	1731

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Tejidos de filamentos sintéticos	000 m2	30985	2762	18362	28472	2798	20906
Ropa interior de punto	T	214	4	262	65	-	65
Géneros de punto	T	811	223	923	1194	489	1242
Calcetines	000 pares	141158	8863	143259	141136	8372	140759
Confección de ropa interior	000 m2	10970	1817	11463	5244	1128	5841
Confección de vestidos	000 m2	18003	3139	18147	14873	3162	10196
Confección de abrigos	000 m2	287	120	311	381	127	364
Alfombras y moquetas	000 m2	6727	770	6593	9905	1176	6629
Textiles no tejidos	T	1507	680	931	1267	831	707
Tejidos de lana y semilana con plástico	000 m2	55	57	106	49	-	53
Gorros y sombreros	000 unids	211	30	208	55	9	49
Pasamanería	T	232	194	237	172	179	171

Fuente: Cámara de Comercio de Serbia

- Producción de hilados y tejidos textiles

	2000	2001	2002	2003	2004
Hilados de algodón, tons.	8.978	8.628	5.929	2.010	1.081
Hilados de lana, tons.	5.148	6.243	6.001	5.030	762
Hilados de cáñamo, tons.	287	311	333	283	104
Tejidos de algodón, miles m2	20.447	18.953	11.427	4.355	6.369
Tejidos de lana, miles m2	6.118	6.613	4.860	3.148	566
Otras confecciones, miles m2	2.581	3.066	1.761	1.250	1.956
Adornos decorativos, tons.	429	232	172	132	119
Calcetería, miles de pares	79.722	90.193	89.565	79.737	73.678

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «Industry», pág. 149.

Por todo ello podemos concluir que excepto casos excepcionales (caso de género de punto, abrigos, alfombras y moquetas) el sector textil serbio se encuentra en una tendencia claramente descendente, y como veremos en el punto siguiente, la mejora de la situación en el futuro inmediato pasa por la realización de medidas estratégicas urgentes para revertir la tendencia a la desaparición a la que está llamado.

- La maquila

Uno de los factores claves para comprender el sector textil en Serbia y Montenegro ha sido la gran importancia que para este sector han tenido los trabajos de maquila (“loan business” o trabajos de perfeccionamiento). Antes del inicio de la crisis del textil, la capacidad fabril de las industrias del sector sirvió a gran cantidad de empresas europeas, que utilizaban las fábricas para ejecutar sus propios diseños, beneficiándose de una mano de obra abundante, cualificada y, sobre todo barata. Ahora, problemas como la falta de renovación tecnológica y el enturbiamiento del panorama laboral (que se tratarán con más detalle en el siguiente punto) han puesto en peligro en muchos casos la continuidad de este tipo de contratos. La maquila resulta vital para aumentar la tasa de actividad en un sector sobredimensionado y con necesidades urgentes de liquidez. Además, la ausencia de un acuerdo preferencial en el textil, también juega en contra del cierre de acuerdos de

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

maquila con la UE. Así la maquila no es una solución sostenible a largo plazo, pero aporta unos recursos financieros claves para poder mantener la actividad de las compañías del sector mientras este se reestructura.

Ejemplos actuales de compañías que dedican parte de su capacidad productiva al negocio de la maquila son “7 Jul” (trabaja principalmente con empresas de Alemania), **Diork** (Bélgica) y **Mladast** (Alemania, Francia e Italia), Empresas españolas como El Corte Inglés e Induyco, han tenido una gran presencia de el régimen de maquila en SyM, si bien esta última se habría retirado del mercado debido a la situación financiera de las empresas del sector.

- Las imitaciones

Suponen un negocio de gran importancia en un sector con graves problemas de sobrecapacidad, que tradicionalmente ha utilizado gran parte de la misma en trabajos de maquila (e.i. copia de patrones) y que tiene una producción nacional que no tiene una imagen de marca demasiado importante. El negocio de las imitaciones, que alcanzó su máximo apogeo en la época del bloqueo económico, se nutrió de intermediarios que traían productos del extranjero a los talleres (normalmente a los clandestinos) para que se pudiese imitar el modelo, y aprovecharse luego de la elevada imagen de marca que algunas compañías extranjeras poseían entre los clientes nacionales. Mango, por ejemplo, ha sido objeto de algunas imitaciones. Otro problema bastante relacionado con este, y que a veces se da en el textil debido a asimetrías en la políticas de precios de las compañías es el de las importaciones paralelas. El proceso, básicamente, es el siguiente; existen intermediarios que compran un producto en el extranjero, lo importan de forma ilegal y lo ponen en venta a un precio inferior al del propio fabricante en la zona.

Tal y como se ha venido viendo a lo largo del estudio la situación de la producción nacional no es buena. A continuación se reproduce una tabla con la producción de los principales productos de la industria textil.

- Evolución por principales manufacturas textiles en Serbia

	Medidas	2001	2002	2003	2004
Confecciones textiles	Miles de unidades	9.440	6.786	4.253	3.980
Confección de ropa de punto	Miles de unidades	2.026	1.547	500	1.181
Confección de ropa interior	Miles de unidades	13.407	9.200	4.517	9.150
Ropa interior de punto	Miles de unidades	2.440	1.300	1.259	2.689

Fuente: Anuario Estadístico de SyM 2005 – Industry. Pág. 150

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

La situación de la industria respecto a los mercados exteriores es del mismo signo. Aunque se ha producido una ligera recuperación de las exportaciones que cayeron al mínimo después de 1999 (guerra de Kosovo y sanciones económicas internacionales que la situación conllevó), la evolución de las importaciones hace que en su conjunto la evolución del sector sea altamente negativa.

- **Evolución del comercio exterior del sector textil**, en millones de dólares USA:

	Hilados y tejidos textiles			Confecciones textiles		
	Export	Import	Saldo	Export	Import	Saldo
1999	18,9	167,8	-148,9	119,4	58,1	61,3
2001	36,0	298,0	-262,0	193,0	114,0	79,0
2002	23,0	362,0	-339,0	173,0	142,0	31,0
2003	24,3	209,0	-184,7	174,0	110,0	64,0
2004	38,0	334,0	-296,0	150,1	149,0	1,1

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «External Trade», pág. 170, 175 y 177.

- **Evolución de las exportaciones de confecciones textiles**

Miles de dólares	2002	2003	2004
Alemania	48.911	58.555	38.409
Italia	43.943	50.818	51.481
Bosnia y Herzegovina	13.218	13.295	17.949
Holanda	16.667	16.002	8.677
Otros	35.339	35.358	33.624
TOTALES	158.078	174.028	150.140

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «External Trade», pág. 175.

- **Evolución de principales importaciones de productos intermedios para el sector textil:**

1) **Fibras sintéticas y artificiales:**

Miles de dólares	2002	2003	2004
Alemania	4.672	4.129	4.666
USA	1.606	3.269	4.339
Corea	1.161	1.371	2.365
Bélgica	152	846	2.102
Otros	6.930	4.413	3.995
	14.521	14.028	17.467

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «External Trade», pág. 176.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

2) Lanaz:

Miles de dólares	2002	2003	2004
Italia	227	185	1.056
Bulgaria	81	111	450
Nueva Zelandia	325	522	730
Otros	695	488	492
	1.328	1.306	2.728

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «External Trade», pág. 176.

3) Tejidos de fibras sintéticas o artificiales

Miles de dólares	2002	2003	2004
Turquía	2.725	3.762	4.396
Italia	3.842	4.022	21.252
Unión Monetaria Europea	0	62	1.735
Holanda	245	191	1.746
Alemania	1.593	881	6.150
Francia	909	518	2.293
Otros	14.304	8.180	16.187
	26.191	19.789	53.759

Fuente: Instituto de Estadística de SyM 2005: «External Trade», pág. 177.

Si además se entra en un análisis un poco más profundo, podemos darnos cuenta que la balanza comercial de productos textiles acabados es positiva y que el mayor problema se registra en el apartado de hilados y tejido. Este punto se comenta dentro de las perspectivas del sector como uno de los problemas básicos del mismo. El aumento de la dependencia en este tipo de productos hace que el coste de fabricación del producto la confección, cuya materia prima podríamos decir es el producto acabado de la industria de hilos y tejidos, se encarezca enormemente.

- Principales fabricantes locales

Ante la situación de falta de datos sobre las cuotas de mercado doméstico, los principales fabricantes textiles del país únicamente pueden determinarse en base a su volumen de negocio exterior.

Principales firmas exportadoras	Exportación, miles \$
"Sintelon" de Backa Palanka	28.025
"1Maj" de Pirot	11.881
"Jumco" de Vraje	7.388
"Bis-manufaktura" de Zemun	6.852
"Javor" de Ivanjica	4.561
"Udarnik" de Zrenjanin	4.541

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

"Kluz-Kozara" de Belgrado	4.121
"Mideri" de Zrenjanin	3.975
"Kluz-Tisa" de Novi Becej	3.844
"Va-Ly" de Popucke	3.498
Principales firmas importadoras	Importación, miles \$
"Sintelon" de Backa Palanka	23.758
"1Maj" de Pirot	13.675
"Bis-manufaktura" de Zemun	7.879
"Jumco" de Vraje	6.724
"8 Mart" de Belgrado	5.442
"Vals" de Popucke	4.259
"Udarnik" de Zrenjanin	3.714
"Todor" de Vrnjci	3.707
"Dunav" de Grocka	3.488
"Mideri" de Zrenjanin	3.328
Fte: Cámara de Comercio de Serbia	

Cabe señalar que esta relación se refiere básicamente a empresas fabricantes que actúan en su doble vertiente, tanto como exportadoras de sus productos y como importadoras de materias primas u otros productos intermedios para ser incorporados en sus manufacturas. Así, la empresa SINTELÓN aparece como la primera exportadora y a la vez como la primera importadora (se trata del principal fabricante de moquetas y alfombras del país).

2. PRODUCCIÓN EXTRANJERA Y PRINCIPALES PROVEEDORES

Respecto a la producción extranjera existen muy pocos datos. Muchas marcas de moda internacional han abierto tiendas de representación en Belgrado, en la mayoría de los casos a través de representantes exclusivos, entre éstas destacan:

Adidas	Mexx
Benetton	Miss Sixty
Diesel	Morgan de toi
Ermenegildo Zegna	Nike
Escada	Reply
Gucci	Silvatore Ferramano
Happening	Sisley
Hugo Boss	Segio Tacchini

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Jockey Kappa Lacoste Legend Levi Strauss Mango	Springfield Studio.It Terranova Women`s Secret Zara
--	--

Marcas como H&M, GAP venden sus productos en el mercado nacional pero utilizando una cadena de distribución de tiendas ajenas (es decir sus productos se pueden adquirir conjuntamente con los de otras marcas en algunas tiendas). Con respecto a la presencia española, destaca la de Springfield, Mango, Women`s Secret y próximamente Zara. Todas ellas tienen abiertas tiendas en el centro de Belgrado, si bien la primera tiene además abierta una tienda en Novi Sad.

También hay que señalar aquí que como manifestación de la producción extranjera destaca la presencia en ferias locales de una importante oferta de firmas internacionales, ya sea concurriendo por sí mismas o a través de agentes o representantes nacionales. Entre estas manifestaciones feriales cabe destacar la **Feria de la Moda**, que se celebra en Belgrado dos veces al año. La oferta extranjera se muestra también en pasarelas de moda, que cada vez adquieren mayor importancia en la vida social de Belgrado (suelen tener lugar en los hoteles de mayores categorías).

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

3. LA OFERTA TEXTIL DE MONTENEGRO

La participación de Montenegro en el total de la industria textil es marginal, (menor del 5%). La situación del textil en esta república presenta numerosas similitudes con la de Serbia. Las dos, después de atravesar tiempos mucho mejores se enfrentan en la actualidad a una situación de grave crisis que requiere medidas urgentes. En general, puede decirse que todo lo dicho del sector textil en Serbia resulta válido para Montenegro.

El sector textil cuenta con una importante tradición de productores. Cuenta con una fuerza laboral barata y con una importante capacidad de producción instalada. Además la situación geográfica de Montenegro la hace una importante encrucijada desde la que poder acceder al resto de los mercados de la zona.

No obstante, la situación actual del textil es muy delicada. A lo largo de los últimos años el sector ha caído en una crisis que se agravará si no se toman medidas al respecto. Fruto de esa crisis, el peso de la industria textil Montenegrina ha ido perdiendo peso relativo respecto a la industria de la República. Así lo demuestran los siguientes datos:

Nº Trabajadores 1)	1990	2002	Index
Hilados y tejidos	4.361	1.211	27,8%
Productos textiles acabados	4.732	1.652	34,9%

1) Media anual

Producción Textil /Total Prod Industrial	1989	2002
Hilados y tejidos	3,12%	0,50%
Productos textiles acabados	4,23%	1,20%

Producción	Unidad	1989	2000	2001	2002	Index 1989/2002
Hilados de algodón	T	358	209	141	146	40,8%
Hilados de lana	T	785	19	28	33	4,2%
Tejidos de algodón	000 m2	5447	1215	653	668	12,3%
Tejidos de lana	000 m2	1936	169	171	192	9,9%
Calcetines	000 pares	n.d.	80	44	14	n.d.
Confecciones	000 m2	5188	254	367	480	9,3%

Fte: Cámara de Comercio de Montenegro

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Los principales problemas y retos a afrontar de forma urgente son prácticamente los mismos que en Serbia.

- Alta dependencia de las importaciones de materias primas.
- Falta de capacidad de generación de liquidez por parte de las empresas, así como una gran cantidad de deudas adquiridas debidas a una gestión inadecuada (y en muchos casos politizada) en el pasado.
- Equipamiento anticuado y falta de capacidad para emprender la renovación tecnológica de las empresas.
- Dificultad para colocar la producción propia en el extranjero. La estructura de mercado existente depende en exceso del consumo local, que ha sufrido una pérdida en su capacidad de compra.
- La capacidad instalada sobrepasa con mucho las necesidades de producción reales, lo que conlleva unos enormes costes de subactividad para muchas empresas, ya de por sí altamente endeudadas.

Capacidad productiva Montenegro

Producto	Unidad medida	Capacidad instalada	Máx. Cap. Realizada	%
Hilados	T	3.000	2.874	95,8
Tejidos	000 m2	10.000	7.472	74,7
Tejidos de punto	T	200	109	54,5
Calcetines	000 pares	600	328	54,7
Confecciones	000 m2	6.000	4.214	70,2

Fte: Cámara de Comercio de Montenegro

- La motivación laboral es escasísima. Los salarios son muy bajos, y la mala situación financiera de muchas empresas hace que se puedan prever conflictos laborales en el futuro, si la situación actual persiste. Esto supone un serio freno a la firma de contratos de maquila con empresas internacionales, un auténtico balón de oxígeno, dado lo apurado de la situación.
- Al igual que en Serbia, la economía sumergida también representa una seria amenaza en Montenegro.

Las soluciones pasan, por ser las mismas que en Serbia.

- Una rápida privatización, que salve las unidades de negocio rentables de morir aplastadas por el peso de los costes fijos de los holdings, inviables de forma consolidada.
- Un cambio total en el esquema del mercado del textil, para no depender tanto del consumo local (una mayor vocación exportadora).
- Modernización de equipo existente.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Lucha contra la economía sumergida.
- Mejor gestión a nivel directivo dentro de las empresas.



V • ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TAMAÑO Y PERSPECTIVAS DEL MERCADO

Ante todo cabe recordar que SyM está situada en el sureste de Europa, que es la región con el mayor índice de crecimiento de todo el continente. Serbia por su parte, se encuentra con una de las mejores posiciones estratégicas y geográficas y goza de una mano de obra relativamente barata. Forma parte del Área de Libre Comercio del Sureste de Europa por lo que adentrándose en ella se accede a un mercado de más de 55 millones de personas. Además, SyM tiene un acuerdo especial de libre comercio con Rusia.

Se debe añadir que para compañías que buscan empezar a expandirse por estas regiones, Belgrado es la ciudad a elegir. Cosmopolita, europea y completamente receptiva a las nuevas tendencias. Esto, unido al hábito de consumo del comprador serbio, más preocupado por su imagen e influido por productos extranjeros hacen de Serbia un mercado más que apetecible para las empresas del Sector Textil.

Hay que destacar igualmente la fuerte imagen de marca de la que goza el producto europeo. Italia disfruta de la mejor posición, sobre todo en cuestión de diseño, pero España se sitúa también en la gama alta, donde nuestros productores de confecciones textiles y otras prendas de vestir tienen una gran ventaja competitiva respecto al productor local.

No nos debemos olvidar de los cambios económicos y estructurales que está sufriendo el país. Su futura entrada en la Unión Europea hace que ciertas exigencias a todos los niveles se materialicen en cambios sustanciales de muchos sectores.

Territorio y población.

Serbia y Montenegro ocupan una superficie total 102.173 Km² de los que la República de Serbia ocupa el 85%. Según el censo del 2002, la población total es de unos 11 millones de habitantes, que quedan reducidos a 8.134.617 si se excluye la población autónoma de Kosovo (Provincia autónoma de Serbia bajo administración de Naciones Unidas).

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

	República de SYM.	Montenegro	Serbia			
			Total	Central	Vojvodina	Kosovo
Población en 2002	8.134.617	636.616	7.498.001	5.466.009	2.031.992	
Área Km2	102.173	13.812	88.361	55.968	21.506	10.887

Fuente: Oficina de Estadística de Serbia

A la hora de calcular el tamaño del mercado conviene tener en cuenta que aunque se trata de un mercado relativamente pequeño, no obstante, Serbia y Montenegro ha firmado acuerdos de libre comercio con otros países del Sureste de Europa (SEE) con la perspectiva de crear un mercado regional que abarcaría una población de unos 55 millones de habitantes. La tabla siguiente muestra los países y fechas de aplicación o de firma de acuerdos de libre comercio:

Acuerdos de libre comercio. Países	Fecha de aplicación
Albania	01/08/2004
Bosnia & Herzegovina	01/06/2002
Bulgaria	01/06/2004
Croacia	01/07/2004
Macedonia	07/10/1996
Moldavia	13/11/2003
Rumania	01/07/2004

Fuente: "MarketAccess"

En Serbia y Montenegro, la capital, Belgrado, constituye el principal centro de venta y distribución de los productos. Se concentra la población de mayor poder adquisitivo formada por profesionales, empresarios, políticos y la comunidad internacional. Es por tanto, el punto de partida para la penetración en el mercado de las principales firmas internacionales, siguiendo con Novi Sad y Nis.

El siguiente cuadro muestra la evolución de la población de las principales ciudades de Serbia y Montenegro por número de habitantes:

- Principales ciudades de SyM por número de habitantes (miles de habitantes)

	Ciudad	División Administrativa	1991	2002	2005, estimación
1	Beograd	Serbia Central	1.130,2	1.119,0	1.115,2
2	Priština	Kosovo	155,5		254,0
3	Novi Sad	Vojvodina	177,0	190,6	194,4

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

4	Niš	Serbia Central	173,3	173,4	173,8
5	Prizren	Kosovo	92,3		159,2
6	Podgorica	Montenegro	117,9		157,0
7	Kragujevac	Serbia Central	144,6	146,0	149,3
8	Subotica	Vojvodina	98,9	99,5	99,6
9	Uroševac	Kosovo			94,3
10	Đakovica	Kosovo	59,0		94,1
11	Peć	Kosovo	68,2		93,2
12	Gnjilane	Kosovo	51,9		88,3
13	Kosovska Mitrovica	Kosovo	64,3		84,7
14	Zrenjanin	Vojvodina	80,2	79,5	79,4
15	Pančevo	Vojvodina	71,7	76,1	77,2
16	Čačak	Serbia Central	69,6	73,2	75,1

Fuente: World-Gazetteer

- Tamaño del mercado objetivo.

Teniendo en cuenta el número de hogares estimados, el total de recursos utilizados por hogar y el porcentaje del mismo destinado a consumo familiar y personal, en el cuadro siguiente, se ha realizado un cálculo aproximado del tamaño del mercado objetivo.

- Consumo medio de las familias en SyM

RECURSOS MEDIOS GASTADOS	2000		2001		2002	
Hogar medio						
M=Montenegro; S=Serbia	M	S	M	S	M	S
Nº hogares entrevistados	380	2.150	380	2.150	380	2.150
Nº estimado de hogares	159.155	2.390.737	159.155	2.390.737	159.155	2.390.737
Total recursos utilizados por hogar (millones de dinares)	173.965	87.697	320.330	180.224	304.094	199.754
PORCENTAJE DE RENTA UTILIZADO						
Comida	50,40%	46,50%	47,70%	51,20%	45,80%	40,70%
Bebida	3,60%	4,00%	4,00%	3,80%	4,20%	4,40%
Tabaco	2,60%	3,50%	2,60%	3,40%	2,70%	3,60%
Ropa y calzado	6,40%	6,70%	6,00%	6,00%	6,50%	7,50%
Alquiler y otros gastos del hogar	1,60%	1,20%	2,00%	1,30%	2,00%	1,90%
Combustible y electricidad	6,30%	10,40%	6,40%	8,40%	7,50%	10,90%
Muebles	1,20%	1,40%	1,40%	1,30%	1,50%	2,00%
Productos de higiene y cuidado personal	5,10%	5,70%	6,60%	5,10%	6,50%	5,70%
Educación cultura y entretenimiento	2,10%	2,10%	2,40%	2,10%	3,20%	2,40%
Transportes, gasto postal y telefónico	5,50%	6,30%	7,60%	5,90%	8,80%	7,10%
Otros bienes y servicios	1,90%	2,30%	1,80%	2,30%	2,60%	2,50%
Impuestos y contribuciones	0,40%	0,50%	0,50%	0,40%	0,50%	0,50%
Pérdidas, regalos y similares	0,30%	0,20%	0,30%	0,20%	0,30%	0,40%
Gasto hotelero	0,50%	3,10%	0,80%	2,30%	1,60%	2,40%
Repago de créditos e hipotecas	0,40%	0,20%	0,10%	0,20%	0,40%	0,30%
Ahorros	11,80%	5,90%	9,90%	5,90%	5,70%	7,80%
Mercado objetivo en ropa y calzado (millones de dinares)	1.772	14.047	3.059	25.852	3.146	35.817

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

En millones de \$ (usando tipo de cambio medio anual)	106	842	46	389	49	557
En millones de € (usando tipo de cambio medio anual)	116	918	51	435	52	590

Fuente: Anuario estadístico de Serbia y Montenegro, 2001, 2002, 2003.

En función de la cesta de consumo familiar medio y el número de familias por República podemos llegar a obtener una cifra aproximada de cual sería el mercado objetivo al cual nos estamos refiriendo en el estudio. Este se calcula también en \$ y Euros lo que resulta fundamental, ya que estas son las divisas últimas en la que se materializarán los beneficios (ya sea por exportación directa o repatriación de dividendos) de los inversores extranjeros en este mercado. Resulta especialmente destacable también el hecho de que estamos tomando datos medios, y que, dentro del total de la población existe una clase media-alta, que se concentra fundamentalmente en las principales ciudades (sobre todo Belgrado) y cuya capacidad adquisitiva y propensión al consumo es especialmente alta (comunidad internacional, empresarios y profesionales liberales, políticos, gente del espectáculo...). Este nicho debe ser objeto de un especial seguimiento, ya que puede constituir un mercado objetivo del máximo interés.

Debe tenerse en cuenta que la tendencia en el aumento de precios en bienes de consumo tan básico como el combustible (220 % en 2001 y 152 % en el 2002) puede restar potencial de crecimiento a la propensión marginal a consumir determinados productos a corto plazo.

- Cestas de consumo media y mínima en relación con el salario medio percibido en Serbia, en dinares:

Mes	Salario medio, excluidas contribuciones y tasas	Cesta media de consumo para un hogar de 4 personas	Cesta mínima de subsistencia para un hogar de 4 personas	Ratio entre cesta media y salario medio	Ratio entre cesta de subsistencia y salario medio
ene-01	3821	12718,85	7518	3,33	1,97
dic-01	8456	16321,52	9787,58	1,93	1,16
ene-02	7435	15843,5	9662,36	2,13	1,30
dic-02	11555	16886,64	10383,52	1,46	0,90
ene-03	9868	16938,01	10443,73	1,79	1,10
ago-03	11680	17326,15	10691,02	1,48	0,92

Fuente: RZS y Ministerio Serbio de Comercio, Turismo y Servicios

También se incluyen de forma indicativa los precios medios de algunos productos del sector textil y la evolución de estos. El objetivo de esta información es que se pueda tener una referencia del nivel de costes máximo alcanzable para que el producto pueda alcanzar un nivel de precios competitivo en el mercado.

Por otro lado y a nivel orientativo, se incluye también un cuadro de la evolución del salario medio excluido contribuciones y tasas en Serbia.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Evolución del salario medio en Serbia

	Salario medio excluidas contribuciones y tasas(dinares)	Salario medio excluidas contribuciones y tasas(euros)
ene-02	7.435	123,55
dic-02	11.555	187,84
ene-03	9.468	151,70
dic-03	14.528	212,67
ene-04	12.078	175,35
dic-04	17.346	219,89
ago-05	17.928	212,65

Fuente: BNS, Datos: Oficina de Estadística de Serbia, salario en euros calculado con el tipo de cambio medio de cada año

Para calcular el tamaño de mercado de nuestro producto, por ejemplo, para artículos de lencería, se adjunta un cuadro de la población Serbia y Montenegro (acorde con el censo electoral)

Población en Serbia y Montenegro (miles de personas)		
	1992	2002
TOTAL	10.448	8.109
Hombres	5.182	3.947
Mujeres	5.266	4.162
% Mujeres	50.40%	51.32%

Fuente: Anuario Estadístico de Serbia y Montenegro.
En 2002 no se incluyen Kosovo y Metohia.

Estas cantidades se pueden desglosar por sexo y por edades como podemos observar en la tabla siguiente. Así, si nuestro público objetivo fuesen las mujeres mayores de 15 años, podemos estar hablando de aproximadamente 3 millones y medio de mujeres.

Población censada en grupos de edades		
	1992	2002
0 - 4 años	772.164	383.759
5 - 9	791.505	436.988
10 - 14	809.234	485.315
15 - 19	786.687	543.587
20 - 24	741.299	560.844

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

25 – 29	718.531	551.436
30 – 34	739.731	521.585
35 – 39	795.134	529.534
40 – 44	725.337	575.290
45 – 49	515.289	663.898
50 – 54	615.867	608.281
55 – 59	642.920	416.617
60 – 64	597.281	473.005
65 – 69	445.689	487.235
70 – 74	222.562	408.896
Más de 75	365.108	421.406
TOTAL	10.394.026	8.065.676
Total mujeres mayores de 15 años	3.987.363	3.470.060

Fuente: Anuario Estadístico de Serbia y Montenegro

De acuerdo con el Instituto de Estadística de SyM, y según encuesta sobre distribución del gasto de la población en 2003, un **6,4 %** de los salarios medios mensuales de la familia se destina a confecciones textiles y calzado (“National Accounts SG SCG 2005”, pág. 95).

En principio el principal centro tanto de distribución como de venta de productos es el propio **Belgrado**. Esto se hace más patente en determinado tipo de prendas o marcas, que por sus características tienen un mercado objetivo más reducido. Además en Belgrado se concentra la mayoría de la comunidad internacional (y dentro de ella seguro el conjunto de mayor poder adquisitivo).

Desde el punto de vista de una posible expansión de la compañía que llega al consumidor final en Serbia (prácticamente la totalidad de las grandes compañías del sector lo hace), la expansión natural de sus puntos de venta siguen el mismo esquema.

- Apertura de un centro en Belgrado
- Apertura de un segundo centro en Belgrado (en muchos casos esa apertura se produce en la parte nueva de la ciudad (Nuevo Belgrado) que se encuentra separada de la parte antigua de la ciudad por el río Sava.
- Expansión a Novi Sad (segunda ciudad en importancia en Serbia)
- Apertura de un cuarto centro en Nis.
- En caso de que la compañía decida continuar la expansión se abren centros en CaCak, ciudad de aproximadamente 100.000 habitantes pero de relativa importancia en el aspecto económico, o de nuevo se vuelve sobre Belgrado.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Perspectivas del mercado

El Acuerdo de Belgrado a comienzos del 2002, concede la posibilidad de que la vigencia del Estado sea refrendada o rechazada por plebiscito popular (mecanismo que se viene solicitando en Montenegro). De allí que no se pueda garantizar una larga vida al Estado de SyM. Los intentos de unificar un mínimo de labores necesarias para el funcionamiento del Estado no han prosperado y muchas de las funciones básicas del mismo quedan bajo competencia de las respectivas repúblicas: finanzas, aduanas, banco central, sanidad, seguridad social, etc. El país mantiene la dualidad monetaria: dínar en Serbia y euro en Montenegro, y una política económica diferenciada; todo ello no obstante existir un Plan de Armonización de las economías de ambas repúblicas, que se lleva a cabo con cierta "ralentización" en muchos sectores.

En el plano internacional, queda la incógnita de cómo terminará la negociación sobre sucesión con las repúblicas ex yugoslavas y las demandas sobre pago por daños de guerra que se estarían planteando contra SyM en los tribunales internacionales tanto por parte de Croacia como de Bosnia y Herzegovina, a lo que hay que sumar la todavía incógnita de cómo se negociará el status de Kosovo.

Las expectativas económicas y comerciales a corto y mediano plazo continúan poco claras, todo dependerá de la mejora del "ambiente económico" en función directa del avance en el afianzamiento del nuevo Estado de Serbia y Montenegro (Carta Constitucional adoptada el 4 de febrero 2003) y del afianzamiento político en Serbia: situación muy delicada tras el asesinato del primer ministro de Serbia Sr. Zoran Djindic (12.3.03). En la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 27 de junio 2004 vence el candidato del Partido Democrático Sr. Boris Tadic (ex ministro de defensa en el gobierno de SyM). A mayor plazo, la mejora de la situación política y económica debería conducir, tras reciente ingreso en el Consejo de Europa (3 de abril 2003), a la posterior firma del Acuerdo de Estabilización y Asociación con la UE. El avance en estos objetivos podrá - junto con las reformas aún pendientes de instrumentalizar- atraer las necesarias inversiones exteriores que el país espera con mucha ansiedad para dinamizar su economía. Queda la incógnita de cómo se negociará el estatus de Kosovo.

Los últimos indicadores muestran que los salarios reales comienzan a subir y por lo tanto a mejorar el nivel de vida de la población, lo que se refleja primeramente en la demanda de bienes de consumo. Cabe tener presente la evolución del comercio exterior de este país y cifras que se han alcanzado en mejores tiempos lo que refleja el potencial del mercado de Serbia y Montenegro.

SyM tiene una posición geográfica estratégica, centro de vías de comunicación para Europa del Este y los Balcanes, y además de tener potencial agroalimentario cuenta con potencial energético (centrales térmicas e hidroenergéticas) y otros recursos naturales que lo convierten en importante fuente materias primas básicas: carbón (principalmente lignito), cobre, gas, bauxita, plomo, zinc, minerales hierro y otros minerales, además de importante producción maderera, etc.

A lo anterior cabe añadir que el país dispone de mano de obra abundante, calificada y de bajo coste.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Asimismo, es necesario destacar la amplitud del mercado, al incorporarse Acuerdos de Libre Comercio con los países balcánicos y de la zona, además del importante acuerdo alcanzado con Rusia ⁴.

El objetivo final es establecimiento de una Zona de Libre Comercio de los Balcanes, con potencial de aproximadamente 55 millones de consumidores.

2. TENDENCIAS ACTUALES EN EL MERCADO DE SYM

- Preocupación por la imagen

El consumidor serbio y sobre todo la población joven de Belgrado y de los núcleos urbanos más importantes, es un consumidor preocupado por su aspecto y al que a pesar del bajo nivel medio de ingresos, le gusta vestir y calzar bien, cuida no sólo el vestido sino también, la forma física, el pelo y el maquillaje en el caso de las mujeres (existe una gran cantidad de tiendas de productos cosméticos).

- Seguimiento de las tendencias de la moda

Existe gran influencia de la italiana. Si bien la presencia italiana en el mercado de Serbia y Montenegro es significativa en todos los sectores debido a sus relaciones históricas y a su proximidad, esta situación se refuerza en los sectores relacionados con la moda íntima, para los que Italia es sinónimo indiscutible de diseño, calidad y lujo .

- Preferencia por el producto de marca sobre la relación calidad-precio

Es quizás una constante entre los consumidores de mayor poder adquisitivo. Así, en relación con el nivel de vida y sueldo medio de la población (219 euros en el 2004), sorprende la gran cantidad de firmas extranjeras de confecciones textiles, especialmente lencería femenina, con precio relativamente alto que operan con éxito en el mercado, lo que hace intuir un público objetivo relativamente marquista entre la población con mayor capacidad de poder adquisitivo.

- Fabricantes locales orientados al diseño con copia de modelos italianos adaptados al mercado local

La mayoría de los fabricantes locales resaltan entre las cualidades de su producto, el diseño italiano, siguiendo la tendencia descrita en el segundo punto de este apartado. La gran mayoría de ellos, disponen de sus propios diseñadores, normalmente asentados en Italia, quienes utilizan las ferias internacionales, las revistas de moda, Internet y la compra de productos para reproducir los modelos italianos y adaptarlos al mercado local.

- Para los consumidores jóvenes prima el diseño sobre la comodidad

La gran cantidad de imitaciones de baja calidad vendidas en mercadillos y la tendencia de los grandes fabricantes locales a copiar los diseños italianos pone de manifiesto la preferencia del consumidor medio por el diseño, en lugar de la calidad y la comodidad.

⁴ Dichos acuerdos entre los países del Sudeste de Europa, que crean un marco global para liberalizar el tráfico de mercancías, si bien se encuentran prácticamente ratificados, aún presentan algunos problemas en su aplicación.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Esta tendencia es más acusada en las jóvenes con un nivel de ingresos medio-bajo y que no pueden permitirse comprar ropa íntima de firmas extranjeras, convirtiéndose en las principales clientes de los numerosos mercadillos.

También hay muchos trabajos encargados o “maquila” que presentan pequeños fallos de producción por lo que no se comercializan en las cadenas normales y quedan en el mercado interior.

3. LA DISTRIBUCIÓN Y LUGARES DE COMPRA

La red de distribución de la industria textil se desarrolla a través de diversos canales de comercialización, dependiendo de la magnitud y especialización empresarial. Así, muchas empresas distribuyen sus productos a través de la venta al por menor y tiendas al por mayor. En el sistema de la distribución del mercado interior destacan también los canales directos de venta (distribución directa de los productos a usuarios finales), especialmente cuando se trata de pequeños fabricantes.

- La gran distribución en Serbia

Las grandes cadenas de distribución disponen de puntos de venta a lo largo de toda Serbia y a través de ellas las grandes compañías extranjeras del sector distribuyen sus productos.

Conviene indicar que la mayoría de estas empresas de distribución son también importadores. En Serbia y Montenegro, el importador y distribuidor suelen constituir una misma figura.

En la última parte de nuestro estudio se añade un listado completo de empresas importadoras de textiles en Serbia, así como sus correspondientes contactos.

- Mercadillos

En ellos tienen salida la mayoría de productos manufacturados por la economía sumergida, un producto de baja calidad y sobretodo las imitaciones de marcas italianas, además del producto chino.

Hay que tener en cuenta el gran número de mercadillos existentes y la cantidad que puede ser vendida en ellos. Dificilmente sabremos el alcance de los mismos, pero sí podemos adivinar que cubren una parte del mercado dirigiéndose a la población de clase media-baja.

No obstante, conviene añadir que el productor español no se dirige a este tipo de público objetivo, por lo que su nicho de mercado no se ve afectado por su existencia más que en la medida de que comiencen a comercializarse en ellos las peligrosas imitaciones.

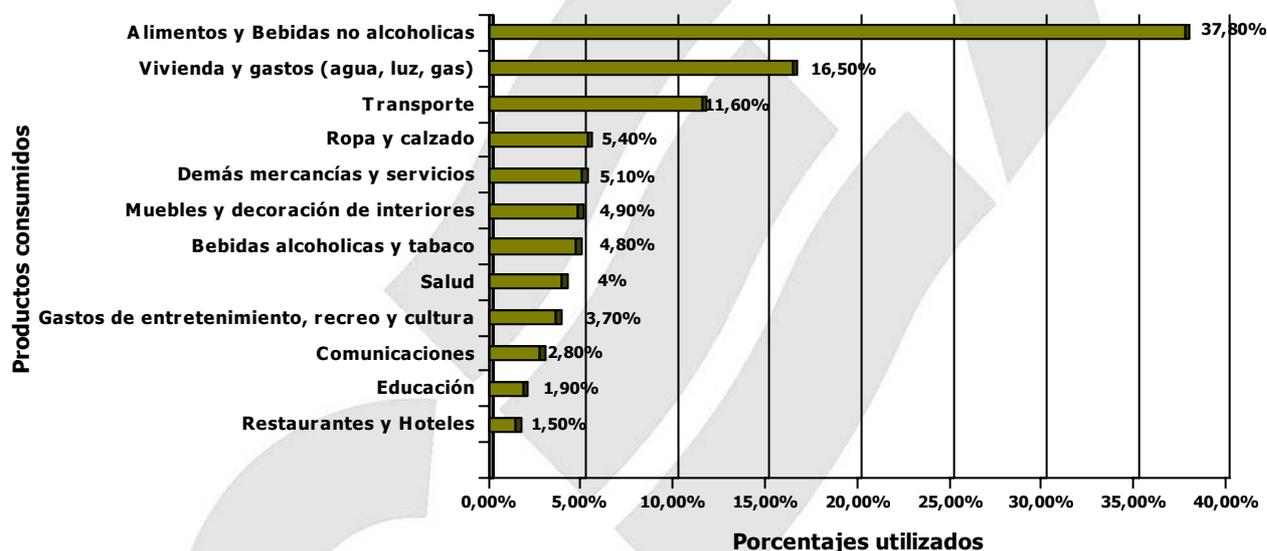
El segmento de población con mayor nivel de ingresos suele comprar en tiendas (denominadas generalmente como “*Boutiques*”) de firmas internacionales, o en tiendas especializadas, tanto en centros comerciales como en las tiendas de tamaño más bien pequeño situadas en las calles más céntricas de las principales ciudades.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

El segmento de población con nivel de ingreso medio y con una preferencia por la relación calidad-precio por encima del seguimiento de la moda, compra en grandes almacenes situados en la periferia de la ciudad, donde se venden restos de stock.

Por último, el segmento con menor nivel de ingresos suele comprar imitaciones y modelos chinos en la gran cantidad de mercadillos y tiendas de descuento ubicados tanto a las afueras como en el centro de las ciudades.

- Hábitos de consumo de la población (Instituto de Estadística de Serbia)



- Precios medios del sector textil en SyM

Para dar una idea de la evolución de los precios vigentes en el mercado de Serbia, se recurre a los datos expuestos a continuación, para principales manufacturas textiles, datos que se han convertido en euros para facilitar la comprensión de los mismos:

	2002	2003	2004
Traje de hombre de hilo cardado o peinado	124,50	119,60	108,50
Abrigo de mujer de tela	120,40	119,00	110,00
Jersey de hombre	24,90	22,00	19,20
Jersey de mujer	23,40	25,90	22,25
Camiseta interior de algodón	3,30	3,10	2,90
Camisa de algodón	17,90	20,20	19,15

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Calzoncillo de algodón fino	5,60	6,60	6,25
Calcetines de hombre	2,00	2,00	2,00
Leotardos de mujer	1,10	1,05	1,10
Tejido para fabricar trajes de hilo cardado o peinado, metro	8,50	11,60	10,60
Tejido para abrigos de señora, 1 m	8,0	10,60	10,30
Tejido para vestido de mujer de hilo cardado o peinado, 1 m	6,10	6,30	6,90
Tejidos para vestido de mujer de hilo, 1 m	5,0	5,40	5,20
Sábanas de lino decolorada, 140 centímetros de ancha, 1 m	3,0	2,80	2,60
Sábana de lino teñida, 80-90 cms ancho, 1 m	2,80	2,80	2,70

Fuente: anuario estadístico 2005 SyM – Prices. Pág. 107

4. PERFIL DEL CONSUMIDOR ⁵

El comportamiento del consumidor en función del origen geográfico del producto, puede decirse que los consumidores montenegrinos son mucho más etnocéntricos (tienden a comprar un producto por el hecho de ser de origen propio) que los serbios. A nivel de las distintas repúblicas de la ex-Yugoslavia se llega a la conclusión de que los consumidores más etnocéntricos son los croatas y los montenegrinos, mientras que los menos etnocéntricos son los serbios (su comportamiento casi puede calificarse como no etnocéntrico, es decir, tienden a elegir todo producto extranjero por el hecho de considerar este atributo un signo de calidad).

Con respecto a los perfiles de los consumidores etnocéntricos y no etnocéntricos, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Consumidor etnocéntrico	Consumidor no etnocéntrico
Persona mayor	Persona joven
Nivel educativo por debajo de la media	Nivel educativo por encima de la media
Nivel de ingresos por debajo de la media	Soltero
Mujeres más que hombres	Nivel de ingresos por encima de la media

⁵ La información relativa a este apartado proviene en su totalidad del artículo “An empirical análisis of consumer purchasing behavior in former Yugoslav markets” publicado por *Economy and Business Review*, vol.3, 2001, págs 191-207.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

También es necesario tener en cuenta a la hora de apreciar el grado de etnocentrismo existente en un consumidor la concienciación de éste acerca de la capacidad de mejorar la situación económica de su país por el hecho de comprar productos de origen nacional. Otro dato que debe tenerse en cuenta es la posición del consumidor respecto al país concreto origen del producto (grado de identificación y simpatía hacia el mismo).

Según una encuesta, Serbia es una de las dos repúblicas con la mayor proporción muestral de personas que compran en el extranjero. Así casi 2/3 de los serbios encuestados había realizado compras en el extranjero, mientras que aproximadamente un tercio lo hacía más de una vez al año. Especialmente interesante son las conclusiones que podemos sacar de Serbia. Aquí es reseñable el hecho de que la ropa es el producto más comprado en el extranjero por los consumidores de la república menos etnocéntrica (puede verse en cierto sentido como una oportunidad comercial).

- Resultados de una encuesta sobre compras en el extranjero

	Serbia	Montenegro
% de encuestados que compró en otros países	64,5%	16,3%
% de encuestados que compró en otros países una vez al mes	10,8%	4,1%
% de encuestados que compró en otros países una vez en los últs meses	22,2%	34,7%

% de los encuestados que compró fuera compró		
Verduras	36,1%	24,5%
Accesorios del hogar	41,5%	18,4%
Ropa y calzado	69,8%	79,6%

Razones más importantes para comprar en el extranjero	Precios bajos	Buena imagen del país
	Mejor calidad de producto	Precios bajos
	Mejor imagen de país	Mejor calidad de producto
	Mejor surtido de mercancías	Mejor surtido de mercancías

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Estratégicamente hablando, en un país con consumidores altamente etnocéntricos parece que una inversión directa en alguna industria local parece la forma más adecuada de penetración en el mercado. Por el contrario, en países no etnocéntricos la mejor opción puede ser la entrada a través de exportaciones y, quizás en un momento posterior la apertura de oficinas de representación o franquicias que sigan conservando la imagen de producto extranjero. Además debemos considerar que la población con alto nivel adquisitivo (en general bastante preocupada por su aspecto) se concreta en zonas geográficas específicas (grandes ciudades, sobre todo Belgrado), lo que puede ser de gran interés a la hora de llevar a cabo una estrategia basada en nichos de mercado.



VI. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y FORMAS DE IMPLANTACIÓN

1. BÚSQUEDA DE UN SOCIO LOCAL

Contar con un socio local sigue siendo un método adecuado y útil, pero no indispensable. En muchos sectores ya no tiene la importancia ni mucho menos el carácter obligatorio de años anteriores, especialmente en los casos de representaciones o agencias comerciales, cuando era indispensable acceder a la firma de un contrato de representación en exclusiva para poder vender un producto en este país. El procedimiento de registro de toda actividad de representación de una empresa extranjera se llevaba, por norma general, en la respectiva Cámara de Economía (ó Cámara de Comercio), pero con los cambios institucionales de los últimos años esta potestad se ha transferido al Ministerio de Relaciones Económicas con el Extranjero (en claro contencioso de intereses y contra la opinión de las cámaras). En las cámaras sigue existiendo el mecanismo de apoyo para estas actividades de representación (modelos de contratos, asistencia técnica a las empresas locales, etc.).

En definitiva, **no es imprescindible conceder un contrato de representación, menos aún en exclusiva** (como se solía hacer o como muchas empresas locales lo siguen solicitando). De firmarse un contrato de representación (agencia) por el cual se asegura al representado una comisión en función de las ventas realizadas, hay que tener presente que la norma general establece que el empresario extranjero debe pagar comisiones aún en los casos en que una venta se produzca sin intervención directa del agente, y dicha comisión se paga por un período de tiempo superior a la eventual cancelación del contrato; de esta manera se intenta proteger la labor de estudios o investigación de mercados, de marketing, publicidad, etc. que haya realizado el agente o representante y cuyos frutos no se pueden prever en el futuro inmediato. Se recomienda, previo a la firma de contrato, exigir al futuro agente que elabore un pequeño estudio de mercado y se comprometa a un plan de ventas, etc. En cuanto a la elección del representante (abundan las empresas o particulares que se ofrecen como agentes) hay que considerar que la gran mayoría de las empresas locales son generalistas en todos los sectores y los pocos que están especializados ya llevan representaciones de firmas extranjeras de la competencia

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

(cuidado en extrapolar, si bien los agentes siempre están dispuestos a desplazar a una empresa por otra, según la oferta económica que se les haga).

2. ESTABLECIMIENTO DE UNA SOCIEDAD

No hace falta la presencia de un socio local, el extranjero puede constituir una oficina propia o fundar una sociedad al 100 % con capital propio.

- Oficina propia de representación

La oficina de representación actúa por orden de la casa matriz del extranjero, generalmente se ocupa de estudios de mercados, promociones, etc., no pudiendo firmar contratos legales; de allí que no está obligada a llevar contabilidad completa y tiene franquicias en el campo impositivo. En el momento de su registro se exige una garantía aportada por la casa matriz.

Una oficina de representación en Serbia puede ser abierta por:

- Uno o más individuos extranjeros vinculados en una actividad mercantil, financiera o del sector de los seguros.
- Cualquier organización nacional o internacional cuyos miembros sean personas extranjeras vinculadas en una operación mercantil.
- Cualquier organización nacional o internacional que trabaje para la mejora del comercio con Serbia.

Una oficina de representación no tendrá estatus de entidad legal y podrá tener varias sucursales en Serbia. No podrán abrirse oficinas de representación en el campo del armamento y equitación militar.

Las actividades a las que una oficina de representación puede estar vinculada son:

- Estudios de mercado y realización de actividades preliminares y preparatorias para la ejecución de contratos de importación del extranjero y /o exportación serbia de bienes y servicios.
- La ejecución de contratos de importación contribuyendo al avance y expansión de la industria manufacturera serbia.
- La ejecución de contratos relativos a la coproducción a largo plazo o a la cooperación técnica y comercial.
- Investigación del mercado financiero o bancario.
- Estableciendo términos de negocio con organizaciones o empresas locales del ramo de los seguros.
- Realizando operaciones de agente de transporte aéreo

Una oficina de representación puede comenzar a trabajar sólo después de ser incluida en el Registro de Oficinas de Representación de Personas Extranjeras en Serbia y Montenegro, vinculada al Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales, y realizar sólo aquellas actividades para las que haya sido inscrita. La solicitud de registro debe contener:

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- El nombre de la firma fundadora.
- El nombre de la firma y la dirección de la oficina de representación
- La actividad de la oficina de representación
- El número de empleados de la oficina de representación

Además deberá adjuntarse a la aplicación:

- El certificado de registro de extranjería de la persona emitido por las autoridades del país en el que esta posee el domicilio (original o copia, autenticada por la autoridad registral o por notario público) y una traducción jurada del mismo.
- El programa de actividad de la oficina de representación
- Una declaración de la persona extranjera asumiendo su responsabilidad por cualquier actuación llevada a cabo en Serbia en relación con las operaciones de la oficina de representación.
- Permisos temporales o permanentes de residencia para nacionales de países extranjeros que son empleados en la oficina de representación.
- Una garantía bancaria para todas sus actuaciones, si el fundador es una entidad legal que ha pagado un capital inicial menos a 5.000 \$.
- El contrato de establecimiento de la vinculación de la oficina representativa si dos o más personas están abriendo la oficina representativa. Una oficina de representación puede emplear también a ciudadanos de Serbia y Montenegro, contratados bajo el régimen de la legislación laboral local.

Por último, la oficina de representación debe operar de acuerdo con la regulación de la república en la que se haya establecido y de las leyes de la Unión de Estados de Serbia y Montenegro (legislación federal).

- Establecimiento de una sociedad

Son muchas las posibilidades que se plantean y cualquier decisión requiere realizar consultas previas y estudios por parte de especialistas (consultores, abogados, contadores-audidores, etc.), de allí que en este caso sea a veces recomendable contar con un socio local, aunque sea sólo para la fase inicial de estudios y de ayuda a tomar una decisión y no necesariamente pensando en que el socio local vaya a realizar inversiones.

Los inversores extranjeros pueden establecer varios tipos de compañía:

- Sociedad Anónima (a.d. siglas en serbio)
- Sociedad Limitada (d.o.o. siglas en serbio)
- Sociedad Mancomunada de Responsabilidad Limitada (k.d.)
- Sociedad Mancomunada (o.d.)
- Oficina de representación

En la práctica los inversores siempre eligen la Sociedad Limitada, considerando las exigencias mínimas de capital, el equivalente a 5.000 US\$, que la responsabilidad soportada por la compañía se limita al capital de la misma y que una compañía de estas características no puede tener más de 30 miembros, lo que otorga un cierto control sobre el accionariado.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Una compañía se crea en virtud de un Acuerdo de Constitución o mediante contrato, caso de inversión conjunta, que debe ser complementado en la forma adecuada, firmado y registrado en el juzgado (la figura del notario no existe en Serbia y Montenegro). Para que el Acuerdo de Constitución tenga la forma adecuada, este debe contener, principalmente:

- Nombre y dirección de la compañía que se crea.
- Los nombres y direcciones de los fundadores.
- La actividad a la que se dedicará la compañía.
- El capital inicial de la misma.
- Los derechos, obligaciones y responsabilidades de los fundadores y los futuros accionistas.
- Las condiciones y forma de distribución de los beneficios.
- Los datos del representante legal de la compañía.
- Otras provisiones establecidas por la Ley de Empresas ("Zakon o preduzecima") de carácter federal, que data de 1996 y cuya última revisión se realizó en 2002.

Es necesario que el acuerdo sea firmado por los fundadores para que pueda ser verificado y registrado por el juzgado.

Dependiendo del tipo de actividad que se quiera realizar, es necesario que se realicen a veces inspecciones especiales:

- Inspección de mercado
- Inspección sanitaria
- Inspección laboral
- Inspección medioambiental

Estas inspecciones pretenden verificar si las condiciones estipuladas para que ese tipo de actividad sea realizada por la compañía son cumplidas por la misma.

Al registro de la compañía le sigue un Certificado que es expedido por el Departamento de Registro de los Tribunales de lo Mercantil. Para ello deben remitirse a dicho registro los siguientes documentos:

- Solicitud de incorporación con sus correspondientes anexos
- El Acuerdo de Constitución
- La prueba de desembolso del capital inicial
- Las firmas verificadas de los representantes autorizados de la compañía a registrar.
- Los estatutos de la compañía.

Tan pronto se verifiquen las condiciones legales se emite el Certificado. Este junto con todos los anexos se deposita en el Departamento de Registros. El Departamento informa al Ministerio de Relaciones Económicas con el Extranjero, con el propósito de que se tengan allí también constancia de los datos.

Después de esto una nota informativa oficial es depositada en la Oficina de Estadísticas de Serbia. Para que una compañía pueda dedicarse al comercio internacional, una nota oficial se deposita también en la Oficina Serbia de Aduanas.

Finalmente la compañía debe abrir una cuenta bancaria, en una entidad de su elección.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- La sociedad anónima (a.d.)

Una Sociedad Anónima (a.d.) puede ser creada por uno de los siguientes procedimientos:

- El método de establecimiento sucesivo conlleva la emisión de un prospecto proyectado para terceras personas. El capital pecuniario mínimo es equivalente en dinares a 20.000 \$
- El llamado método de establecimiento simultáneo supone por contra la compra de todas las acciones a través del procedimiento de incorporación (no necesita emitirse un prospecto). En este caso el capital inicial mínimo de la compañía debe ser el equivalente en dinares a 10.000 dólares.
- Cada accionista debe poseer al menos una porción de capital equivalente a 500 \$ en dinares en el momento de la formación. El valor mínimo de las acciones en el momento de la formación será el equivalente en dinares a 5 \$.

Una Sociedad anónima establecida a través de establecimiento simultáneo puede ser fundada incluso por un solo individuo o entidad. En el caso de fundación por establecimiento sucesivo, el número de miembros debe ser al menos de 2. El valor nominativo de las acciones será el mismo. Pueden crearse acciones de tipo ordinario y preferentes. Los poseedores de acciones ordinarias pueden participar en la dirección de la compañía, así como en el beneficio obtenido por la liquidación de los fondos propios. Los poseedores de acciones preferentes tienen ciertas ventajas en la recogida de ciertos porcentajes del nominal de las acciones. También tienen cierto porcentaje preferencial en la recogida de los fondos propios de la compañía liquidada, así como otros privilegios que puedan ser establecidos por la ley o en los estatutos de la compañía. Las acciones que únicamente dan derecho a dividendos sólo pueden ser emitidas como preferentes. El valor total de este tipo de acciones emitidas no puede superar el 49% del capital inicial de la sociedad anónima.

El valor de la inversión efectuada por los accionistas puede ser pagado mediante dinero líquido o en especie (propiedades y derechos) expresado en valor. El accionista deberá desembolsar al menos el 50% del valor de las acciones poseídas antes del acuerdo de constitución de la empresa. El restante 50% deberá ser desembolsado en un plazo de dos años desde la entrada de la compañía en el registro. Si el valor del capital de la sociedad supera los 25.000 \$ en el caso de las compañías de fundación simultánea o los 50.000 \$ en caso de compañías de fundación sucesiva, sólo será necesario desembolsar al menos el 20% antes del acuerdo de constitución de la empresa.

- La sociedad de responsabilidad limitada (d.o.o.)

Una compañía de responsabilidad limitada es una compañía establecida por individuos o entidades legales y cuyos fundadores sólo son responsables de las obligaciones de la compañía en la cantidad de capital aportada a la misma.

Una compañía de responsabilidad limitada debe establecer sus propios estatutos. El valor inicial del capital pecuniario de una compañía no debe ser inferior al equivalente en

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

dineros a 5.000 \$. Ningún miembro inicial en la formación del capital pecuniario debe poseer una porción de capital de valor inferior a 500 \$, en dineros, al tipo de cambio fijado el día en que se efectúe el pago.

Una compañía de responsabilidad limitada puede ser fundada por un socio único. Los accionistas de una sociedad de responsabilidad limitada no tienen porque tener la misma proporción de capital. Los puestos de miembros deben ser establecidos antes de que la compañía sea autorizada por el juzgado y registrada y se definirán en dinero y propiedades y derechos con los que se ha comprado dicho puesto (las propiedades y derechos se expresarán en valor monetario). Al menos el 50% del capital inicial y el 50% del valor de la participación de cada accionista debe ser pagado antes de la incorporación de la compañía al registro. El resto deberá ser pagado en el plazo de dos años desde la incorporación de la compañía al registro. Si el capital pecuniario excede de 15.000 \$ al menos el 20% debe ser desembolsado antes de la incorporación de la compañía al registro.

Obligaciones financieras: las sociedades denominadas corporaciones, Sociedades Anónimas (A.D, en la terminología local) y las de Responsabilidad Limitada (D.O.O), deberán a fines del año financiero separar como mínimo un 5 %, con cargo a sus beneficios, para el Fondo de Reserva Obligatoria de la empresa hasta que se alcance en el mismo unas reservas equivalentes a por lo menos el 10 % del capital básico de la empresa.

Para mayores informaciones sobre registro de sociedades: **Agencia de Registro Comercial de Serbia:** <http://www.apr.sr.gov.yu/APRWeb/default.aspx>

3. APERTURA A LA INVERSIÓN EXTRANJERA

- La inversión extranjera

La legislación sobre inversiones extranjeras tiene un marco federal general, pero se trata de una materia que pertenece al dominio de las repúblicas (de hecho, en Montenegro existen disposiciones sobre inversiones extranjeras mucho más liberales que lo realizado sobre esta materia en Serbia).

En Serbia la legislación básica se encuentra recogida en la "Ley sobre Inversiones Extranjeras", "Ley sobre Privatizaciones" y en la "Ley de Empresas", además de numerosa normativa vinculante como las leyes sobre Bancos, Compañías de Seguros, Contabilidad y Auditoría, Privatización, Comercio Exterior, Concesiones para inversiones extranjeras en infraestructuras , etc. Los inversores extranjeros en Serbia pueden repatriar libremente el capital invertido y los beneficios obtenidos, siempre y cuando hayan cumplido antes sus obligaciones fiscales y de carácter contable. Se garantiza a los extranjeros la libre transferencia de los fondos al extranjero, de acuerdo con el artículo 42 de la Ley de Operaciones en Divisas.

La Legislación básica es la siguiente:

- "Ley sobre Inversiones Extranjeras" ("Zakon o stranim ulaganjima"), legislación federal, data de 1994 y última revisión 25.1.2003: Sl. RFY, 5/2003, y legislación vinculante: "Ley sobre Concesiones a Extranjeros" (para explotación de infraestructuras y riquezas naturales), etc.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- "Ley sobre Privatizaciones" ("Zakon o privatizaciji"), última revisión: 28.2.2003, Sl. glasnik 18/2003.

- "Ley de Empresas" ("Zakon o Preduzecima") - carácter federal, data de 1996 y última revisión en 2002: Sl. RFY, 36/2002. Legislación vinculante: "Ley sobre Empresas Públicas", "Ley sobre Cooperativas", "Ley sobre Empresas Privadas", "Ley sobre Obligaciones" (correspondería al Código Civil), "Ley sobre Patentes, Marcas Registradas y Normalización", etc.

- "Ley sobre Contabilidad" ("Zakon o Racunovodstvu"), data de 1996 y última actualización. Legislación vinculante: "Ley sobre Auditoría", etc.

- "Ley de Zonas Francas" - carácter federal (Sl. RFY, 81/1994)

- "Ley de Concesiones" - República de Serbia (Sl. glasnik RS, 20/1997 y 25/1997)

- "Ley de la Planificación Urbanística y la Construcción" (Gaceta oficial de la República de Serbia, 47/2003), que establece las cuestiones básicas relativas a una inversión "greenfield" (partiendo desde cero).

- **Otras disposiciones legales vinculantes:** para contrato de trabajo de un extranjero hay que cumplir con condiciones generales (tener 15 años y capacidad física) y especiales (permiso de residencia en el país y autorización del instituto de empleo, previa solicitud fundamentada del empleador). Esta autorización no es necesaria si se trata de inversión extranjera o contrato de cooperación técnica a largo plazo. La Ley de Desplazamiento y Estancia de Extranjeros permite la obtención de un visado de trabajo y de residencia al extranjero inversionista. Este último derecho cesa en el momento en el que el extranjero deje de ocuparse de la actividad de negocios y/o cuando retire los recursos invertidos.

- Restricciones a las inversiones extranjeras

Existen restricciones a la inversión extranjera en determinados sectores considerados estratégicos por el gobierno. Así la normativa especifica la necesidad de obtención de autorizaciones gubernamentales para poder realizar inversiones extranjeras en sectores como el militar (producción de armamento y equipamiento militar) y en empresas ubicadas en algunas zonas fronterizas (el control del tráfico ilegal de mercancías es uno de los problemas de Serbia y Montenegro de cara a su candidatura a la UE). Existe una situación parecida cuando hablamos de la posibilidad de que una empresa extranjera obtenga una concesión (ejemplos de ello se dan en las concesiones de tipo forestal y en la apertura de gasolineras).

- Políticas de promoción de inversiones extranjeras

Destacan medidas de incentivos a la inversión extranjera, los que se pueden clasificar en dos grandes grupos:

- Incentivos aduaneros:

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Las importaciones realizadas por un inversor extranjero con motivo de una inversión estarán totalmente liberadas del pago de aranceles si se encuentran en línea con la legislación medioambiental existente.
- Las importaciones de maquinaria tanto nueva como usada (excepto el caso de vehículos a motor y de máquinas expendedoras y recreativas) que hayan de ser integradas en la instalación final del negocio estarán liberadas del pago de aranceles. Esta concesión finalizará en el momento en que el negocio se ponga en marcha.
- Incentivos fiscales:
 - El impuesto de sociedades es el más bajo de Europa: 10 %

Francia	33.3%
Inglaterra	30%
Eslovenia	25%
República Checa	25%
Croacia	20%
Hungría	18%
Macedonia	15%
Serbia	10%

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Serbia

- Una inversión superior a 10 millones de euros en activos fijos que suponga un aumento de la plantilla existente en al menos 100 personas supondrá una exención en el impuesto de sociedades por un periodo de 10 años.
- Una inversión en un área considerada de especial interés para la República estará exenta del pago del impuesto de sociedades por un periodo de 5 años a condición de que se invierta una cantidad superior a 100.000 euros en activos fijos y que con esa inversión se consiga aumentar la plantilla al menos en 5 trabajadores.
- Un sujeto adjudicatario de una concesión que tenga una empresa gestora de concesiones podrá estar exento de los impuestos sobre el beneficio en la parte correspondiente a la materia objeto de la concesión. Asimismo, un concesionario que no haya constituido una compañía gestora de concesiones podrá beneficiarse de la misma manera, siempre que calcule de forma separada el beneficio resultante de la concesión otorgada.
- Un contribuyente que invierta en su propia actividad estará autorizado a deducirse el 20% de la cantidad invertida, siempre que esa cantidad no exceda del 50% del impuesto sobre el beneficio que pagaría ese año. La cantidad no deducida podrá ser trasladada a años fiscales posteriores, hasta un periodo máximo de los 10 años

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

posteriores al momento en que se realizó la inversión. En el caso de las pequeñas empresas la cantidad a deducir aumenta hasta el 40% de la inversión con un límite máximo del 70% del impuesto a pagar ese año. Un contribuyente que contrate a nuevos trabajadores podrá beneficiarse de un crédito fiscal de dos años en la cantidad del 100% del salario bruto pagado a esos trabajadores, más una parte de los ingresos a cuenta al estado realizado por la empresa de parte del trabajador.

- Un contribuyente que obtenga beneficios gracias al establecimiento de una unidad de negocio en una zona no desarrollada será dotado con una vacación fiscal en proporción a la parte del beneficio total de la compañía debida a esa inversión.

Un contribuyente estará autorizado a que se realice una amortización acelerada de hasta un 25% más que las prescritas para los activos usados en investigación científica, formación de trabajadores, ahorro energético prevención de la polución del aire, el agua y el suelo, uso de materias primas industriales secundarias, así como equipo informático.

- Inversiones denominadas «Greenfield»

La normativa básica relativa a esta cuestión se encuentra recogida en la “Ley de Planificación Urbana y Construcción” (Gaceta oficial de la República de Serbia, 47/2003) y que se complementa con normativa específica relativa al suministro de agua, la protección medioambiental, el mantenimiento de las carreteras, etc.

La Ley regula, entre otros aspectos:

- Condiciones y modalidades de planificación y desarrollo en la construcción
- Desarrollo y uso del suelo edificable
- Construcción de estructuras

La intención básica del legislador ha sido la simplificación del procedimiento de adquisición de las licencias necesarias para la construcción, a fin de facilitar el número y la cuantía de las inversiones extranjeras “greenfield” (partiendo de cero) en Serbia.

- El proceso de privatización

Al futuro inversionistas extranjero se presenta una oportunidad de participar en el actual proceso de privatización que se lleva a cabo tanto en Serbia como en Montenegro. Dado que la mayoría de las empresas en privatización son de magnitud mediana o más bien pequeña se recurre al método de la subasta pública, que se realizan de una manera muy rápida por lo que suele ser necesario estar en el país para informarse de esa privatización y que de tiempo a presentarse al proceso. Por el contrario, al tratarse de grandes empresas se recurre al método de convocatorias de licitaciones internacionales previa adquisición de pliegos, procedimiento que requiere tiempo pero dar lugar a que puedan participar mayor número de empresas extranjeras sin necesidad de estar físicamente en el país.

Según el tipo de procedimiento de privatización distinguimos:

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- El procedimiento de licitación. Se trata de un procedimiento estandarizado, si bien en determinados casos pueden darse excepciones al seguimiento del procedimiento general. Existen dos tipos básicos de licitación (en una o en dos fases). La diferencia fundamental reside en que el procedimiento de dos fases además de calificar al licitante en función de sus características califica también la oferta. Es decir, en un proceso de dos fases los licitantes deben presentar un proyecto no preliminar desde el principio. Por lo tanto en un tipo de licitación sólo se evalúa al licitante y en la otra además se valora el proyecto presentado antes de adjudicarse.
- Procedimiento de subasta. Un proceso mucho más simple, usado fundamentalmente para PYMEs. Antes de poder pujar, los participantes en estas subastas debe firmar un borrador de compra en el que sólo el precio y el momento de pago quedan por determinar.
- El procedimiento de reestructuración. La intención es aplicar los procedimientos de reestructuración a las grandes empresas sobre endeudadas y casi descapitalizadas de facto (con el valor de sus obligaciones por encima del valor de sus activos). En algunos casos ocurre que estas empresas poseen todavía potencial de mercado, pero han seguido una política financiera incorrecta, o simplemente padecen dificultades transitorias de liquidez por una situación puntual que les afecta. Es aquí donde se encuentra el mayor caballo de batalla de la economía serbia, en poder reconstruir pudiendo mantener plantillas.

Para mayores informaciones sobre privatizaciones: **Agencia de Privatizaciones de Serbia**: <http://www.priv.yu/> En sus páginas web se encuentran unas 105 empresas de confecciones textiles en proceso de privatización, además de una treintena de empresas fabricantes de hilados y tejidos. Cabe destacar que en estas relaciones hay 91 empresas a privatizar mediante el sistema de licitaciones internacionales, previa compra de pliegos.

- Políticas de promoción de las inversiones extranjeras y de privatizaciones

Los principales responsables de estas políticas, así como los servicios prestados, son los siguientes:

- **SIEPA** (Agencia Serbia de Inversión y Promoción de la exportación). Agencia independiente, pero vinculada al Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales, cuya función principal es la cooperación con los inversores extranjeros, facilitando y atrayendo la entrada de inversiones extranjeras directas y la promoción de las exportaciones. www.siepa.sr.gov.yu

Dentro de la Agencia existe un departamento de apoyo al inversor, cuyas principales servicios son las siguientes:

- Información sobre las condiciones generales de mercado.
- Información acerca de normativa fiscal, laboral, aduanas, derecho inmobiliario y otras leyes y normativas relevantes.

La Agencia también presta servicios de asesoramiento en:

- Servicios financieros.
- Transporte local e internacional.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Localización de instalaciones o infraestructuras infrautilizadas.
- Asistencia en registros, licencias, permisos de trabajo, telecomunicaciones e instalaciones.
- Ayuda para la localización de proyectos de nueva inversión.
- Servicios de post-inversiones; principales tareas:
 - Asistencia en las tareas administrativas tanto a nivel de república como a nivel federal.
 - Base de datos local de contactos (bancos, abogados, compañías inmobiliarias)
 - Base de datos informática de los inversores extranjeros existentes.
- **La Agencia estatal de privatizaciones.** Entidad independiente, pero vinculada al Ministerio de Privatizaciones, responsable máxima de autorizar, organizar, implementar y controlar el cumplimiento de los procedimientos de privatización que se han establecido. www.priv.yu y www.pa-serbia.co.yu

Viendo la privatización como un proceso, las actividades de la agencia pueden clasificarse en dos tipos:

- Actividades de preparación de la privatización. Entre otras tareas, como realizar un análisis previo de la compañía a privatizar, “vender” la posibilidad de privatizar a los distintos escalones de la compañía, recoger las ofertas recibidas y darles la publicidad que se requiere, decidir el método más conveniente de privatización.
- Actividades de implementación de la privatización. Abarcan desde que se decide el método de privatización y se publica el anuncio para la selección de los asesores hasta el momento en que firma el contrato.
- También se han creado programas institucionales como el **Fondo SMEs (PyMES)** que fomenta la creación de PYMES a través de otorgamiento de subvenciones de distintos tipos. La forma más sencilla de beneficiarse de este tipo de programa es crear una sociedad con parte del capital perteneciente a un socio local. Para mayores informaciones: **Agencia para el desarrollo de las PyMES en Serbia:** <http://www.sme.sr.gov.yu>

4. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS Y REQUERIMIENTOS DE ENTRADA

- Barreras técnicas

Se requiere en numerosas ocasiones documentos de homologación de productos que suelen variar con los usuales en la Unión Europea. Por regla general se suelen realizar por instituciones del propio país y algunas veces en serbio.

Los documentos pueden variar de Serbia a Montenegro.

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

En determinados campos (por ejemplo productos de material eléctrico) existe una normativa técnica tan específica que limita la capacidad de entrada de productos extranjeros (casi es necesario producir en el país).

- Barreras arancelarias

Los Aranceles en aduana son relativamente altos en relación con otros países o la Unión Europea. El máximo es de un 30% (22 % para del sector textil). Existe normativa diferente en Serbia y en Montenegro. Se están intentando armonizar las legislaciones y en especial los derechos aduaneros. Desde el año 2003 las tarifas aduaneras serbias y montenegrinas se han ido armonizando. En la actualidad, el 90 a 95 % de las tarifas aduaneras de los productos han sido unificadas y se esperaba completar el proceso de armonización en el año 2006. Sin embargo, tras el acuerdo de la UE y de la OMC de admitir negociaciones por separado para Serbia y Montenegro ("Twin-Track"), desde el 1 de enero del 2006 en Montenegro es muy posible que se adopten tarifas aduaneras distintas a las de Serbias (en principio más reducidas).

Las tarifas aduaneras aplicables a los productos del sector objeto de estudio que ya han sido unificadas, son las siguientes:

Código TARIC	Tarifa armonizada final
50,51,52,53,54,55	0-10%
56	5-10%
57	15%
58	15%
59	1-15%
60	10%
61	18-22%
62	18-22%
63	5-22%
65,66	5%

Fuente: Cámara de Comercio de Serbia

A dichas tarifas arancelarias se suma una tasa aduanera especial de derecho de Registro Estadístico de Aduanas, que es de un **0,5** % sobre la base aduanera imponible.

Además, existen para determinados productos los derechos denominados **accisas**. Son impuestos que se pagan en el momento de su importación o puesta en el comercio si se trata de producción local. Productos afectos al pago de Accisas: derivados petrolíferos, tabaco y sus manufacturas, bebidas alcohólicas, alcohol etílico (etanol), café, artículos de lujo (oro, plata y otros metales preciosos; cueros y pieles de reptiles y sus manufacturas). En relación a este impuesto destacar la "Ley sobre Accisas" ("Zakon o akcizama", Sl. glasnik RS 80/2002; y en la Resolución del gobierno de Serbia, 15/2003).

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

- Barreras financieras

El sistema bancario es bastante débil. Es necesario tener residencia permanente en el país para poder tener acceso a un crédito. Esto hace que la creación de una empresa nacional o la utilización de un intermediario local se conviertan en las únicas vías para poder obtener recursos ajenos en el mercado nacional, con los consiguientes costes que esto conlleva.

- Barreras específicas a la inversión en el sector

No existen barreras específicas a la inversión en el sector.

- Barreras no arancelarias

Teniendo en cuenta que se exigen requisitos específicos a la importación de los productos comprendidos en muchas de las partidas arancelarias del sector textil (según la clasificación del código armonizado, código HS), los documentos obligatorios a presentar son los siguientes:

Requisitos Generales:

- Declaración de importación en aduanas.
- Declaración de valor
- Certificado de origen
- Factura Comercial
- EUR-1
- Air Waybill, Bill of lading or Rail Waybill
- Factura de transporte
- Lista de contenidos (packing list)

Requisitos específicos:

Se exige un documento específico solo para aquellas manufacturas en las que se utilizaron en su producción materias primas de origen de animales protegidos por el Convenio Internacional CITES.

Impuesto del valor añadido

En Serbia, desde el 1 de Enero de 2005 se aplica el impuesto sobre el valor añadido con un tipo general del 18% y un tipo reducido del 8% ⁶. El IVA aplicable a nuestros productos es del **18 %**. Con este IVA se pone fin al antiguo impuesto a la compraventa que en Serbia era del 20%.

En Montenegro, el IVA está en vigor desde el 1 de abril del 2003. El tipo general para bienes es del 17%, existiendo también productos gravados con un 8% (tipo bajo) y un 3% (tipo preferencial). En el caso de los servicios el tipo general es del 9%.

⁶ .Ley sobre el impuesto del valor añadido. Si glasnik RS, No. 84/04

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

5. ASPECTOS PRÁCTICOS DE UNA INVERSIÓN

- Principales costos de la inversión

La Empresa para el Desarrollo de Sudeste de Europa (SEED) ha realizado un análisis de los tipos y variaciones de los costos que se pueden producir al invertir en Serbia. Dichos datos se entregan aquí a título informativo, ya que al estar básicamente en dinares quedan afectos a cambios o incrementos de precios.

El análisis revela que existen variaciones en diferentes costos. En general, los impuestos administrativos son mayores en las ciudades, siendo Belgrado el lugar más caro. Un ejemplo puede ser registrar un pequeño negocio, en Belgrado cuesta 1.500 dinares, en Nis 500 dinares, y 250 dinares en Zajecar.

La situación no varía mucho para otros impuestos: la tasa anual pagar registrar un nombre comercial para una compañía en Belgrado varía entre 23.850 y 119.400 dinares, en Nis entre 12.500 y 25.000 dinares, dependiendo del tamaño de la compañía, mientras que en Sabac entre 5.00 y 15.000 dinares.

- Principales costos de inversión en Serbia, en dinares

Municipio	Registro	Tasa urbanística	Permiso de obra	Licencia postal	Certificado de inspección
Belgrado	1.500	Varía de 2.700 (30 m ²) a 27.000 (1000 m ²)	Varía de 7.500 (0-100 m ²) a 67.500 (1.000 m ²)	23.850 – 119.000	Varía de 7.500 (30 m ²) a 27.000
Nis	500	280 – 420	No hay cantidad fija	12.500 – 25.000	700
Valjevo	300	1.190	Hasta 30.000	18.000 – 30.000	Hasta 30.000
Zajecar	250	1.000	500	15.000 – 30.000	500

Fte: CD Invest in Serbia (SIEPA). * Encuesta de SEED, Mayo 2002

- Cuadro resumen de los principales impuestos en Serbia

Principales impuestos	Tipos impositivos	Observaciones
IVA	18 %	Sustituye desde Enero de 2005 al Impuesto a la Compraventa.
- Tasa reducida	8 %	

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

		Sl glasnik RS, No. 84/04
Derechos generales de importación, total	1,5 a 30,5 %	Incluye un 0,5 % registro de aduanas
Derechos aduaneros adicionales	20 %	S/.determinados productos agrícolas, impuesto temporal
Derechos “accisas” a importaciones	Variable desde 1,5 dinares por litro hasta 20% a 30 %	S/. Derivados petrolíferos, tabaco, bebidas alcohólicas, café, sal, bienes de lujo. "Ley sobre accisas" (Sl glasnik RS br.72/2003
Tasa especial en tiendas libres de impuestos (en aeropuertos y puertos int.)	10 %	Ley sobre tasas administrativas federales.
Beneficios de las sociedades	10 %	Ley sobre Impuesto a los Beneficios de las Empresas (Sl glasnik RS br.42/2003), + actualizaciones
Ingresos de los ciudadanos por actividades independientes (autónomos)	14 %	Ley sobre Impuesto a los Ingresos de los Ciudadanos (Sl glasnik RS br.80/2003).
Remuneraciones del trabajo	14 %	El empleador paga adicionalmente un 3,5 % (Fondo Remuneraciones del Trabajo) en el municipio respectivo.
De capitales y dividendos	20 %	
Propiedad bienes inmuebles	Progresivo desde 0,40 a 2 %	Ley sobre Impuesto a la Propiedad (Sl glasnik RS br.80/2002).
Beneficios extraordinarios de las empresas (“Extra Profit”, actualmente en proceso de revisión)	Progresivo desde 30 a 90 %.	Propuesta de Ley sobre ganancias extraordinarias de capital y propiedades.
Contribuciones a seguridad social, total	50,1 % 30,3 19,8	Ley sobre Pensiones y Seguro de Invalidez (Sl. glasnik RS br. 24/2003).
<ul style="list-style-type: none"> • Aporte trabajador • Aporte empleador 		

VII. OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA

1. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

No existen estudios acerca de la percepción del producto español, pero según los testimonios de las distintas empresas consultadas, el producto español resulta percibido como un producto con una relación calidad precio bastante alta. En el sector textil la sólida situación de marca adquirida por **Mango, Springfield, Women's Secret**, ayuda a reforzar la imagen país de los productos de confección españoles. A las anteriores se suma ahora (en los primeros meses de 2006) la conocida marca **ZARA**, con sus primeras tiendas en Belgrado y Novi Sad (franquicias concedidas a la empresa DELTA SPORT perteneciente al holding DELTA de Belgrado). Sin embargo, conviene destacar que la imagen del producto textil de calidad por excelencia sigue siendo la del italiano.

2. EVENTUALES RIESGOS PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA

Como principales ejemplos de implantación con éxito de empresas españolas de confecciones en Serbia destacamos dos, Springfield y Mango, ambas representadas a nivel local –en régimen de franquicias– por la empresa IKSEL, filial del grupo MPC.

Springfield posee dos tiendas en Belgrado, una en el centro de alrededor de 450 m² y otra de 250 m² en Nuevo Belgrado (centro comercial Mercator). Springfield abrió una tercera tienda en Novi Sad y se planea abrir tiendas en Nis y Cacak. Por su parte, Mango posee una tienda de 350 m² en Belgrado y planeaba abrir otras tres tiendas hasta fines del 2005.

La estrategia de entrada ha sido en ambos casos similar. Se ha realizado una inversión en marketing, patrocinio y promoción muy importante, con la finalidad de que ambas marcas lleguen a ser conocidas entre determinados ámbitos del público serbio. Así se ha presentado especial atención a que ambas marcas se hallen presentes en multitud de fiestas y actos sociales, de series de televisión... Se trata de que la marca se relacione con la “Beautiful People” para lo que también se ha buscado personajes de actualidad (actores, músicos, celebridades de tv...) que concuerdan con el ideal de imagen al que aspira el público que se ha determinado como mercado objetivo. En este sentido ambas marcas, Springfield y Mango, funcionan en Serbia con una idea similar. La única diferencia es que

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Mango se centra en un público objetivo femenino y Springfield lo hace en el masculino. Así ambas buscan captar la atención de solteros, generalmente de profesión liberal, entre 18-35 años con unos ingresos por encima de la media, y muy preocupados por unificar moda y comodidad.

El catálogo de ambas trata de abarcar todas las necesidades de ropa que puedan tener estos públicos objetivos, de modo que un comprador fiel pueda encontrar en cualquiera de la dos ropa para cualquier ocasión (desde la más informal a la más selecta). En resumen, Mango y Springfield se posicionan en un segmento algo más selecto (quizás algo más específicos) que aquellos que forman su mercado objetivo en España. Esto resulta perfectamente comprensible en países con una economía en vías de desarrollo, donde la clase media esta fundamentalmente dividida en media-baja y media-alta (el público objetivo al que Mango y Springfield se dirigen). El director de marketing de Iksel opina que la propensión marginal al consumo de ropa en este segmento resulta mucho más alta que la media en Serbia. La estrategia ha parecido funcionar, ya que recientemente han aparecido en el mercado algunas imitaciones de sueters de Mango y la misma marca ha ganado recientemente un litigio contra otra que utilizaba el nombre comercial de Mango de forma fraudulenta. Esto es un indicador claro de que estas marcas, a nivel local, gozan de una imagen de marcar muy positiva entre el público.

Sin embargo, nos encontramos ante un sector que no pasa por su mejor momento. La drástica caída de la producción y de las plantillas de la empresa del sector textil así lo atestiguan. El sector está pendiente de una profunda reestructuración, que deberá ser acometida cuanto antes, y que se perfila como la única vía para garantizar la sostenibilidad de la industria a largo plazo.

Pero si bien todo ello es cierto, no lo es menos que existe abundante mano de obra capacitada y barata, muy susceptible de ser aprovechada por fabricantes que utilicen sus propios diseños y puedan añadir su marca a la producción. De allí que los contratos de maquila son una opción todavía más interesante. La firma de acuerdos de Libre Comercio con Rusia y los países del entorno (Bulgaria, Croacia, Bosnia-Herzegovina, Rumania...) también es un elemento que juega a favor de esta opción, ya que abre el mercado de hecho al que la producción en Serbia y Montenegro tendría acceso. A ello se suma el Acuerdo Preferencial del Textil con la UE.

Respecto al mercado interior, podemos decir que, si bien en términos de media no resulta demasiado atractivo, tiene algunos nichos interesantes que resultan dignos de atención. En las principales ciudades (sobre todo Belgrado) existe una clase media-alta capaz de cubrir una oferta de marcas reconocidas a precios incluso superiores a los del mercado europeo. Esto puede llevar a plantearse la apertura de un centro multimarca de compañías españolas de reconocida imagen de marca, o, al menos, a considerar la posibilidad de venta de productos a través de empresas ya establecidas en el mercado doméstico. También, como ya se ha comentado, el consumidor serbio es especialmente no etnocéntrico, siendo además la mayoría de compras que este realiza en el extranjero ropa y calzado.

En definitiva, la principal conclusión es que, si bien hay que mantener la prudencia a la hora de considerar una entrada en el país, Serbia y Montenegro, por múltiples razones, puede llegar a convertirse en un mercado y un centro de producción textil de referencia en

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Europa, por lo que un seguimiento cercano de su situación puede reportar grandes beneficios a las empresas que lo lleven a cabo.



VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS FABRICANTES DE TEXTILES E HILADOS VARIOS

(Ordenados de mayor a menor en función del número de empleados, fuente: Kompas)

Yumco a.d.
Radnicka 5. 17500 Vranje
Tel:17/22 041, Fax:17/31886,
Yumco@Ptt.yu <http://www.yumco.co.yu>

Holding Viskoza d.d.
Gradiliste bb. 15300 Loznica
Tel:15/874 710, 874 411, Fax:15/874741

Raska d.d.
Dimitrija Tucovica 2. 36300 Novi Pazar
Tel:20/24 422, 25 402, 23 847, 23 671, 311 272; Fax:20/311273

Ljubisa Miodragovic
Kolovrat bb. 31300 Prijepolje
Tel:33/25 359, 24 619 ; Fax:33/21067 ;
Uizovz@infosky.net

Emin Duraku d.d.
Cara Dusana 1-8. 38320 Djakovica (Kosovo)
Tel:390/20 044, 20 031; Fax:390/24155

Nitex
Ratka Pavlovica 58. 18000 Nis
Tel:18/714 411, Fax:18/713026, 713024 ;
nitex@bankerinter.net <http://www.nitex.co.yu>

Industrija tepiha Ivanjica
Bukovica bb. 32250 Ivanjica
Tel:32/641 925. Fax:032/641806

15. maj-Exporttext
Proleterska 1. 16230 Lebane

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Tel:16/843 314, 843 321, 844 162, Fax:16/843985

Frotex d.d.
Malise Atanackovica 3. 31000 Uzice
Tel:31/521 662, 514 185, Fax:31/521668

Leteks
Tekstilna 57. 16000 Leskovac
Tel:16/250 520, 251 093, 253 468; Fax:16/253364, 241015

Tekstilni kombinat d.d.
Bojanina 23. 38250 Gnjilane (Kosovo)
Tel:280/22 122, 20 316, 20 131; Fax:280/25842

ITES Lola Ribar d.d.
Lole Ribara 40, 25250 Odzaci
Tel:25/742 117, 742 113, 742 262; Fax:25/742419;
ites@ites.co.yu

Proleter d.d.
Temisvarski drum bb. 23000 Zrenjanin
Tel:23/530 175, Fax:23/549138, 530175

Vucje
Koste Stamenkovica 2. 16203 Vucje
Tel:16/885 157, 885 102, 886 145, 885 050; Fax:16/886320

Vulkan d.d.
Mramorski put bb. 18000 Nis
Tel:18/363 407, 363 220, 367 280, 560 944 ; Fax:18/365856, 363326
vulkan@vulkanrubber.com <http://www.vulkanrubber.com>

Beogradski pamucni kombinat d.d.
Djure Djakovica 90, 11000 Beograd
Tel:11/761 222, 761 263, Fax:11/762442

TIG
Radnicka 1. 16220 Grdelica
Tel:16/831 708, 831 055, 831 111, 831 010, Fax:16/831709, 831111, 831032

Dunav a.d.
Marsala Tita 45. 21413 Celarevo
Tel:21/761 255, Fax:021/760990,
dunav@tkdunav.co.yu www.tkdunav.co.yu

Toplicanka
Vasilija Djurovica Zarkog 56. 18400 Prokuplje
Tel:27/321 725, 321 656, Fax:27/324448

Milan Blagojevic-Hemija
Radnicka bb. 32240 Lucani
Tel:32/817 516, 818 238, Fax:32/818916, 817837,

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

luhem@eunet.yu <http://www.solair.eunet.yu/~luhem>

Kosovka d.d.
Sime Andrejevica Igumanova 2. 38000 Pristina (Kosovo)
Tel:38/41 235, 41 334, 43 143, Fax:38/40968

Planteks d.d.
Vojvode Putnika 8. 26360 Plandiste
Tel:13/861 040, 861 042, 861 389, Fax:13/861022,
planteks@sezampro.yu

Beogradski vunarski kombinat
Visnjicka 15. 11000 Beograd
Tel:11/763 364, Fax:11/761051,
sukiyaki@EUnet.yu

Fiaz
Pane Djukica 1. 18400 Prokuplje
Tel:27/321 800, Fax:27/324109

Pirotex
Vojvode Misica 36, 18300 Pirot
Tel:10/332 534, 011/332 4416, Fax:10/333198,
pirotex@ptt.yu www.pirotex.co.yu

Begej a.d.
Dr Zorana Kamenkovic 46-50. 23000 Zrenjanin
Tel:23/566 432, Fax:23/562676

Nit a.d.
Privrednikova 6. 21000 Novi Sad
Tel:21/443 166, 442 524, Fax:21/442281

Progres
Januza Imre bb. 38400 Prizren (Kosovo)
Tel:029/32 141, 43 551, Fax:29/32575

TIZ
Dobanovacka 56. 11080 Zemun
Tel:11/610 330, 618 127, Fax:11/613735

Slavija
Marsala Tita 171. 21420 Bac
Tel:21/770 020, Fax:21/771749

Kulski stofovi d.d.
Josipa Kramera 27. 25230 Kula
Tel:25/722 444, 723 620, Fax:25/722204

Mona d.o.o.
Dracka 3. 11000 Beograd
Tel:11/632 838, Fax:11/633342,
mona.bg@eunet.yu www.mona.co.yu

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Resort
Njegoseva 14. 16000 Leskovac
Tel:16/242 104, 250 724, 252 011, Fax:16/242104

Timocanka dd
Hajduk Veljkova bb. 19000 Zajecar
Tel:19/421 788, 31 536, 421 789, Fax:19/33730

Planinka a.d.
Kosovska 44. 18430 Kursumlija
Tel:27/381 344, Fax:27/381512

Zupljanka
Krusevacka 18. 37230 Aleksandrovac
Tel:37/752 321, 752 168, Fax:37/752241,
zupljanka@tehnicom.net <http://www.zupljanka.co.yu>

Apatex
Industrijska zona bb. 25260 Apatin
Tel:25/773 523, Fax:25/773399

TIB
Svetozara Ciklovana 2. 18420 Blace
Tel:27/71 455, 71 059, 71 347, Fax:27/71069

Vunko d.d.
Industrijska 10. 84000 Bijelo Polje
Tel:84/32 705, 32 202, 31 382, 31 362, 32 494, Fax:84/32705

Inex Diana d.d.
Kamenjareva bb. 22300 Stara Pazova
Tel:22/311 670, 312 632, 310 670, Fax:22/311670

2. IMPORTADORES DE CONFECCIÓN TEXTIL

(Ordenados de mayor a menor en función del número de empleados, fuente: Kompass)

Nama d.d.
Janka Veselinovica 1. 15000 Sabac
Tel:15/342 333, 342 111, 342 222, Fax:15/326227

Centrotexstil d.d.
Knez Mihajlova 1-3. 11000 Beograd
Tel:11/328 1222, Fax:11/635794,
office@centrotexstil.co.yu <http://www.centrotexstil.co.yu>

Drina
Kneza Milosa 15. 15300 Loznica
Tel:15/872 988, 872 995, Fax:15/873012

Novitet
Futoski put 51. 21000 Novi Sad

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Tel:21/400 719, 400 524, Fax:21/300296

Uzor

Karadjordjeva 120. 14000 Valjevo

Tel:14/227 512, 223 144, Fax:14/221385

Beteks

22. oktobra 7. 11080 Zemun

Tel:11/605 133, 692 501, 692 246, Fax:11/674221

Robna kuca 4 – Beogradjanka.

Masarikova 5. 11000 Beograd

Tel:11/642 891, 684 657, 684 852. Fax:11/642891, 684657

kontaktb@EUnet.yu <http://www.beogradjanka.co.yu>

Kadinjaca

Milana Obrenovica 4. 31000 Uzice

Tel:31/532 565, 531 342, 531 314, Fax:31/854877

Yumco-Grmija d.o.o.

Vidovdanska bb. 38000 Pristina (Kosovo)

Tel:38/24 167, 26 222, 24 632, Fax:38/20178, 24632

Jugoexport-Sirius Trade d.o.o.

Kolarceva 1. 11000 Beograd

Tel:11/324 4227, 334 0561, Fax:11/3340538

Kluz-Trgovacka Mreza d.o.o.

Mite Ruzica 8. 11000 Beograd

Tel:11/415 222. Fax:11/412447,

<http://www.kluz.co.yu>

Robne kuce Nis a.d.

Pobede 42. 18000 Nis

Tel:18/24 998, 21 731, 24 769, Fax:18/25246

robnekucenis@bankerinter.net <http://www.robnekucenis.co.yu>

Lirija d.d.

Karadjordjeva bb. 38400 Prizren (Kosovo)

Tel:29/42 230, 41 188. Fax:29/26690

Uniprom

Stefana Nemanje 14. 36300 Novi Pazar

Tel:20/24 488, 25 442, 311 675, Fax:20/23700

17. novembar

Trg Republike 55. 38300 Pec (Kosovo)

Tel:39/33 371, 32 371, 34 579, Fax:39/34579

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Omladinka
Ratka Pavlovica 77. 18000 Nis
Tel:18/711 027, 711 040. Fax:18/714264

Zvezda d.d.
Glavna 25. 11080 Zemun
Tel:11/316 0563, 316 4334, 316 0567, Fax:11/618751

Kvalitet d.d.
Balkanska 2. 18000 Nis
Tel:18/21 192, 46 154, Fax:18/42697

Univerzal a.d.
Marsala Tita 20. 24420 Kanjiza
Tel:24/874 770, Fax:24/873764

Izbor Bar a.d.
Vladimira Rolovica bb. 85000 Bar
Tel:85/312 511, 312 029, Fax:85/312687

Stoteks
Cara Lazara 55. 36000 Kraljevo
Tel:36/333 233. Fax:36/331499

Promet
Vojvode Putnika 12-14. 19000 Zajecar
Tel:19/422 83, Fax:19/422325

Zvezdara-Avala
Zivka Davidovica 64. 11050 Beograd
Tel:011/423 215, 424 859, 403 581, Fax:11/423482, 422756

Angrokolonijal
Knjaza Milosa 20. 18220 Aleksinac
Tel:18/875 613, 875 227, 875 509, Fax:18/875613

Nispromet a.d.
Pobede 42. 18000 Nis
Tel:18/25 371, 22 025, 25 057. Fax:18/25854, 25057

Otrantkomerc a.d.
26. novembra bb. 85360 Ulcinj
Tel:85/81 214, 51 873, 81 745, 81 468, Fax:85/51873

Zvezda
Surdulickih mucenika bb. 17530 Surdulica
Tel:17/815 120, Fax:17/815776

Namateks a.d.
Dimitrija Tucovica 2/I. 24000 Subotica

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Tel:24/552 232, Fax:24/556309, 556235

Borpromet

Milana Vasica-Perice 2. 19210 Bor

Tel:30/423 281, 422 585, 422 749, 423 096, Fax:30/22172, 31417

Sumadija d.d.

Karadjordjeva 17. 34210 Raca (kragujevaca)

Tel:34/751 367, 751 328, Fax:34/751302

Tekstilpromet

Moravska 73. 16000 Leskovac

Tel:16/50 147, 47 214, 54 213, Fax:16/50147, 54213

Stoteks d.d.

Bulevar 12. februara I prilaz 3. 18000 Nis

Tel:18/581 240, 581 245, 581 246, Fax:18/581241

stoteks@bankerinter.net <http://www.stoteks.co.yu>

Tehnomarketi a.d.

Bulevar Lenjina 77. 81000 Podgorica

Tel:81/620 192, 620 660. Fax:81/620192, 620660

BN-Bos Company d.o.o.

Brace Ribnikar 16. 11000 Beograd

Tel:11/344 3186, 344 1767, 444 3097. Fax:11/3443186, 3441767, 4443097

bosbn@eunet.yu

Fashion Co d.o.o.

Pozeska 60. 11030 Beograd

Tel:11/759 070, 759 459. Fax:11/759070

Angropromet-Tekstil d.d.

Cede Vasovica 10. 12000 Pozarevac

Tel:12/222 762, 222 828, Fax:22/222762

Jedinstvo DP

JNA 133. 21420 Bac

Tel:21/770 147, 770 072, 770 146, 770 280. Fax:21/770161

Kamenica

Cara Lazara bb. 38260 Kosovska Kamenica (Kosovo)

Tel:280/71 201, 71 544, 71 152, 71 221, 71 644. Fax:280/71644

Modus d.o.o.

Svetogorska 3. 11000 Beograd

Tel:11/323 7114. Fax:11/3237114

Dora d.o.o.

Nikole Tesle bb. 17510 Vladicin Han

EL SECTOR TEXTIL EN SERBIA Y MONTENEGRO

Tel:17/472 765. Fax:17/472765

3. IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES MAYORISTAS DE TEXTILES PARA EL HOGAR

(Ordenados de mayor a menor en función del número de empleados, fuente: Kompas)

Centrotexstil d.d.

Knez Mihajlova 1-3. 11000 Beograd

Tel:11/328 1222. Fax:11/635794.

office@centrotexstil.co.yu www.centrotexstil.co.yu

Todor d.o.o.

Vrnjci bb. 36210 Vrnjacka Banja

Tel:36/632 555, Fax:36/632556,

todor@ptt.yu www.todor.co.yu

Robne kuce Nis a.d.

Pobede 42. 18000 Nis

Tel:18/24 998, 21 731, 24 769, Fax:18/25246

robnekucenis@bankerinter.net www.robnekucenis.co.yu

Zele Veljkovic-Sintetika

Tekstilna 40. 16000 Leskovac

Tel:16/52 332, 50 643, 54 536, 52 643, Fax:16/54536

Plitvice

Vjekoslava Kovaca 20. 11050 Beograd

Tel:11/422 722, 403 370, Fax:11/403370

Zele Veljkovic-Zevelon

Tekstilna 40. 16000 Leskovac

Tel:16/50 708, 48 712, Fax:16/50708

Krupanj

Vlade Zecevic 24. 15314 Krupanj

Tel:015/681 312, 681 147, 681 279, 681 547, Fax:15/681147, 681139

Stoteks d.d.

Bulevar 12. februara I prilaz 3. 18000 Nis

Tel:18/581 240, 581 245, 581 246, Fax:18/581241,

stoteks@bankerinter.net www.stoteks.co.yu

Angropromet-Tekstil d.d.

Cede Vasovica 10. 12000 Pozarevac

Tel:12/222 762, 222 828, Fax:22/222762

Potis d.d.

Cede Vasovica 39. 12000 Pozarevac

Tel:012/223 945, 213 804, 212 811, Fax:12/221937

Elan MMS d.o.o.
Revolucije bb. 36320 Tutin
Tel:20/87 159, 87 301, Fax:20/87159, 87301
elanmms@mail.mgm-wdc.co.yu www.elan-mms.co.yu

Tafa-Comerc
Zid Sadik Age bb. 38320 Djakovica (Kosovo)
Tel:390/25 939, Fax:390/26706

DKD-Union d.o.o.
Slobode 29. 37260 Varvarin
Tel:37/786 441, 786 141, 786 490, Fax:37/786441

Ciri
Rade Popovica 24. 38250 Gnjilane (Kosovo)
Tel:280/23 925

Grimt-Komerc
Nikole Tesle bb. 81000 Podgorica
Tel:81/613 132, 612 875, Fax:81/612875

Jugosan d.o.o.
Povrtarska 56. 21000 Novi Sad
Tel:21/20 958, Fax:21/622718

Milen d.o.o.
Brace Radica 49. 24000 Subotica
Tel:24/24 856, Fax:24/24856

Zeus d.o.o.
Strosmajerova 1. 21000 Novi Sad
Tel:21/420 544. Fax:21/615828

3dn d.o.o.
Ratka Pavlovica 47. 18000 Nis
Tel:18/717 298, 521 455, Fax:18/717298

Intertex Trade d.o.o.
Narodnih heroja 43. 11070 Novi Beograd
Tel:11/311 1166 lok. 2469, Fax:11/3116935
intertex@deltayu.com www.deltayu.com

Tepih-Promet
Lenjinova 8. 25230 Kula
Tel:25/722 760, Fax:25/722760

Concordia-Comerc d.o.o.
Bulevar bb. 85360 Ulcinj
Tel:85/51 147, Fax:85/51147

Mebl Stof
Bezanijska 47. 11080 Zemun
Tel:11/197 775

Swisstrade d.d.
Hadzi-Milentijeva 14. 11000 Beograd
Tel:11/436 537, 433 685, 344 2764, Fax:11/433685

Aida
Karadjordjeva bb. 38400 Prizren (Kosovo)
Tel:29/26 522, Fax:29/26522

Bojoni d.o.o.
Mestroviceva 13. 11000 Beograd
Tel:11/346 0605, Fax:11/3460605

Lesnina-MI
Oktobarske revolucije 74. 81000 Podgorica
Tel:81/620 509, 623 436

ZorBa d.o.o.
Trg kralja Nikole 8. 81000 Podgorica
Tel:81/212 714, 264 69, Fax:81/264696

Dekor d.o.o.
27. marta C-2. 35210 Svilajnac
Tel:35/312 296, Fax:35/312296

Elting-Promet
Skerliceva 2. 84210 Pljevlja
Tel:872/81 322., Fax:872/81322

Fatmir
Miladina Popovica 94. 38430 Orahovac (Kosovo)
Tel:29/76 534, 77 534, Fax:29/77534

Texprom d.o.o.
Voje Micica bb. 16000 Leskovac
Tel:16/295 515, Fax:16/295515

Votra
Omladinska 52. 17523 Presevo
Tel:17/68 408, Fax:17/68408

Zir-Komerc
Bosanska 63. 34000 Kragujevac
Tel:34/370 407, 370 434, Fax:34/370434

Alfaimpeks
Mike Alasa 4. 11000 Beograd
Tel:11/624 654, 626 873, 623 826, Fax:11/187517

Dekorteks d.o.o.
27. marta 43 atrijum. 11000 Beograd
Tel:11/761 633, 750 999, Fax:11/761633

Europa
Vojvode Putnika 114. 38000 Pristina (Kosovo)
Tel:38/34 302

HMZ d.o.o.
Dragomira Gajica 112/3. 37000 Krusevac
Tel:37/25 272, Fax:37/25272

Koronsa
Dobrota 174. 85330 Kotor
Tel:82/13 573, Fax:82/13573

Krasniqet
Ive Lole Ribara 65. 38000 Pristina (Kosovo)
Tel:38/38 868, 39 868. Fax:38/39868

Markan
Kralja Stefana Prvovencanog bb. 17500 Vranje
Tel:17/21 580, Fax:17/21580

4. ASOCIACIONES

En las cámaras de comercio existen asociaciones sectoriales por ramas de la industria, en este caso se agrupan aquí las empresas del sector textil. De manera similar, las uniones empresariales suelen tener también asociaciones sectoriales de empresarios.

- Cámara de Economía de Serbia: www.pks.co.yu
- Cámara de Economía de Belgrado: www.komberg.org.yu
- Unión de Empresarios de Serbia: www.unija.org.yu
- Cámara de Economía de Montenegro: www.pkcg.org
- Unión de Empresarios de Montenegro: www.poslodavci.org

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERES

- **Comunidad de estados de Serbia y Montenegro**

www.gov.yu

Gobierno de Serbia y Montenegro

www.mfa.gov.yu

Ministerio de Asuntos Exteriores

www.ssinf.sv.gov.yu

Secretaría de Informaciones del Gobierno federal

- En Serbia

www.serbia.sr.gov.yu	Gobierno de Serbia
www.mfin.sr.gov.yu	Ministerio de Finanzas y Economía
www.mier.sr.gov.yu	Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales
www.siepa.sr.gov.yu	Agencia de Inversiones Extranjeras y Promoc. de Exportaciones
www.invest-in-serbia.com	Invertir en Serbia
www.mpriv.sr.gov.yu	Ministerio de Economía y Privatizaciones
www.pa-serbia.co.yu	Agencia de Privatizaciones
www.share-fund.co.yu	Fondo de Acciones de Serbia - Share Fund
www.mem.sr.gov.yu	Ministerio de Energía y Minería
www.seea.sr.gov.yu	AEES - Agencia para la Eficacia Energética
www.apad.sr.gov.yu	Agencia para el Desarrollo de la Administración Pública
www.minpolj.sr.gov.yu	Ministerio de Agricultura, Forestación y Aguas
www.msaotel.sr.gov.yu	Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones
www.sicip.co.yu	Instituto de Transporte (CIP)
www.dzp.co.yu	Dirección de Carreteras
www.mugrs.sr.gov.yu	Ministerio de Construcción y Planificación Urbana
www.minttu.sr.gov.yu	Ministerio de Comercio, Turismo y Servicios
www.msoc.sr.gov.yu	Ministerio de Asuntos Sociales
www.mrz.sr.gov.yu	Ministerio del Trabajo y Empleo
www.nauka.ac.yu	Ministerio de Ciencias, Tecnología y Desarrollo
www.mup.sr.gov.yu	Ministerio de Asuntos Interiores
www.min.edu.yu	Ministerio de Educación y Deportes
www.min-cul.sr.gov.yu	Ministerio de Cultura
www.sme.sr.gov.yu	Agencia para el Desarrollo de las PyMEs
www.statserb.sr.gov.yu	Oficina de Estadística e Informática
www.razvoj.sr.gov.yu	Oficina de Desarrollo
www.arii.sr.gov.yu	IT Development Agency
www.parlament.sr.gov.yu	Parlamento de la República de Serbia
www.nbj.yu	Banco Nacional de Serbia (NBS)
www.belex.co.yu	Bolsa de Belgrado
www.bra.gov.yu	Agencia de Rehabilitación Bancaria
www.serbia-tourism.org.yu	Organización de Turismo de Serbia (TOS)

www.belgradetourism.org.yu Organización de Turismo de Belgrado
www.fcs.yu Dirección de Aduanas de Serbia
www.beograd.org.yu Municipio de la Ciudad de Belgrado
www.airport-belgrade.co.yu Aeropuerto de Belgrado
www.yuyellowpages.net Páginas Amarillas de Serbia
www.belex.co.yu Bolsa de Valores de Belgrado

En Montenegro:

www.vlada.cg.yu www.savjet.org Gobierno de Montenegro
www.mip.cg.yu Ministerio de Asuntos Exteriores
www.agencijacg.org Agen. Reestruct Económica e Inversiones Extranjeras
www.fzrcg.cg.yu Fondo de Desarrollo de Montenegro
www.cb-cg.org Banco Central de Montenegro
www.skupstina.cg.yu Parlamento de Montenegro
www.montenegro.yu Montenegro Official Website
www.adriafair.cg.yu Feria del Adriático- Budva

Páginas de instituciones internacionales establecidas en Belgrado

www.imf.org/external/ Fondo Monetario Internacional
www.ebrd.com Banco Europeo de Reconstrucción
www.eudelyug.org Delegación de la UE en Belgrado
www.seerecon.org Economic Reconstruction and Development in South East Europe
www.ear.eu.int Agencia Europea para la Reconstrucción
www.ifc.org Corporación Financiera Internacional /Banco Mundial
www.undp.org.yu Programa de NU para el Desarrollo
www.worldbank.org.yu Banco Mundial
www.kosovo-eicc.org Euro Info Correspondence Centre en Kosovo

6. ACUERDOS PREFERENCIALES CON LA UE

- Productos sujetos a la suspensión de las restricciones cuantitativas **a que se refiere el artículo 4, apartado 1, del** Acuerdo bilateral entre la Comunidad Europea y la República de Serbia sobre el comercio de productos textiles.

Categoría	Designación de la mercancía
	Código NC 2005

GRUPO I A

1	Hilados de algodón sin acondicionar para la venta al por menor
	5204 11 00 5204 19 00 5205 11 00 5205 12 00 5205 13 00
	5205 14 00 5205 15 10 5205 15 90 5205 21 00 5205 22 00
	5205 23 00 5205 24 00 5205 26 00 5205 27 00 5205 28 00
	5205 31 00 5205 32 00 5205 33 00 5205 34 00 5205 35 00
	5205 41 00 5205 42 00 5205 43 00 5205 44 00 5205 46 00
	5205 47 00 5205 48 00 5206 11 00 5206 12 00 5206 13 00
	5206 14 00 5206 15 00 5206 21 00 5206 22 00 5206 23 00
	5206 24 00 5206 25 00 5206 31 00 5206 32 00 5206 33 00
	5206 34 00 5206 35 00 5206 41 00 5206 42 00 5206 43 00
	5206 44 00 5206 45 00 ex 5604 90 00
2	Tejidos de algodón, que no sean tejidos de gasa de vuelta, con bucles de la clase esponja, cintas, terciopelos, felpas, tejidos rizados, tejidos de chenilla o felpilla, tules y tejidos de mallas anudadas

	5208 11 10	5208 11 90	5208 12 16	5208 12 19	5208 12 96
	5208 12 99	5208 13 00	5208 19 00	5208 21 10	5208 21 90
	5208 22 16	5208 22 19	5208 22 96	5208 22 99	5208 23 00
	5208 29 00	5208 31 00	5208 32 16	5208 32 19	5208 32 96
	5208 32 99	5208 33 00	5208 39 00	5208 41 00	5208 42 00
	5208 43 00	5208 49 00	5208 51 00	5208 52 10	5208 52 90
	5208 53 00	5208 59 00	5209 11 00	5209 12 00	5209 19 00
	5209 21 00	5209 22 00	5209 29 00	5209 31 00	5209 32 00
	5209 39 00	5209 41 00	5209 42 00	5209 43 00	5209 49 00
	5209 51 00	5209 52 00	5209 59 00	5210 11 00	5210 12 00
	5210 19 00	5210 21 00	5210 22 00	5210 29 00	5210 31 00
	5210 32 00	5210 39 00	5210 41 00	5210 42 00	5210 49 00
	5210 51 00	5210 52 00	5210 59 00	5211 11 00	5211 12 00
	5211 19 00	5211 21 00	5211 22 00	5211 29 00	5211 31 00
	5211 32 00	5211 39 00	5211 41 00	5211 42 00	5211 43 00
	5211 49 10	5211 49 90	5211 51 00	5211 52 00	5211 59 00
	5212 11 10	5212 11 90	5212 12 10	5212 12 90	5212 13 10
	5212 13 90	5212 14 10	5212 14 90	5212 15 10	5212 15 90
	5212 21 10	5212 21 90	5212 22 10	5212 22 90	5212 23 10
	5212 23 90	5212 24 10	5212 24 90	5212 25 10	5212 25 90
	ex 5811 00 00ex 6308 00 00				
2 a)	Distintos de los crudos y blanqueados				
	5208 31 00	5208 32 16	5208 32 19	5208 32 96	5208 32 99
	5208 33 00	5208 39 00	5208 41 00	5208 42 00	5208 43 00
	5208 49 00	5208 51 00	5208 52 10	5208 52 90	5208 53 00
	5208 59 00	5209 31 00	5209 32 00	5209 39 00	5209 41 00
	5209 42 00	5209 43 00	5209 49 00	5209 51 00	5209 52 00
	5209 59 00	5210 31 00	5210 32 00	5210 39 00	5210 41 00
	5210 42 00	5210 49 00	5210 51 00	5210 52 00	5210 59 00
	5211 31 00	5211 32 00	5211 39 00	5211 41 00	5211 42 00
	5211 43 00	5211 49 10	5211 49 90	5211 51 00	5211 52 00
	5211 59 00	5212 13 10	5212 13 90	5212 14 10	5212 14 90
	5212 15 10	5212 15 90	5212 23 10	5212 23 90	5212 24 10
	5212 24 90	5212 25 10	5212 25 90	ex 5811 00 00	ex 6308 00 00
3	Tejidos de fibras textiles sintéticas discontinuas, que no sean cintas, terciopelos, felpas, tejidos rizados (incluidos los tejidos con bucles de la clase esponja) y tejidos de chenilla o felpilla				

5512 11 00	5512 19 10	5512 19 90	5512 21 00	5512 29 10
5512 29 90	5512 91 00	5512 99 10	5512 99 90	5513 11 20
5513 11 90	5513 12 00	5513 13 00	5513 19 00	5513 21 10
5513 21 30	5513 21 90	5513 22 00	5513 23 00	5513 29 00
5513 31 00	5513 32 00	5513 33 00	5513 39 00	5513 41 00
5513 42 00	5513 43 00	5513 49 00	5514 11 00	5514 12 00
5514 13 00	5514 19 00	5514 21 00	5514 22 00	5514 23 00
5514 29 00	5514 31 00	5514 32 00	5514 33 00	5514 39 00
5514 41 00	5514 42 00	5514 43 00	5514 49 00	5515 11 10
5515 11 30	5515 11 90	5515 12 10	5515 12 30	5515 12 90
5515 13 11	5515 13 19	5515 13 91	5515 13 99	5515 19 10
5515 19 30	5515 19 90	5515 21 10	5515 21 30	5515 21 90
5515 22 11	5515 22 19	5515 22 91	5515 22 99	5515 29 00
5515 91 10	5515 91 30	5515 91 90	5515 92 10	5515 92 90
5515 99 10	5515 99 30	5515 99 90	ex 5803 90 40	ex 5905 00 70
ex 6308 00 00				

GRUPO I B

5	Chándales, jerseys (con o sin mangas), juegos de jerseys abiertos o cerrados twinset, chalecos y chaquetas (distintos de los cortados y cosidos), anoraks, cazadoras y similares, de punto
	6101 10 90 6101 20 90 6101 30 90 6102 10 90 6102 20 90 6102 30 90 6110 11 10 6110 11 30 6110 11 90 6110 12 10 6110 12 90 6110 19 10 6110 19 90 6110 20 91 6110 20 99 6110 30 91 6110 30 99
6	Pantalones cortos (excepto de baño) y pantalones, tejidos, para hombres o niños; pantalones, tejidos, para mujeres o niñas: de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales; partes inferiores de prendas de vestir para deporte, con forro, que no sean de las categorías 16 ó 29, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales
	6203 41 10 6203 41 90 6203 42 31 6203 42 33 6203 42 35 6203 42 90 6203 43 19 6203 43 90 6203 49 19 6203 49 50 6204 61 10 6204 62 31 6204 62 33 6204 62 39 6204 63 18 6204 69 18 6211 32 42 6211 33 42 6211 42 42 6211 43 42
7	Camisas, blusas, blusas camisetas y camisetas, de punto y que no sean de punto, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres y niñas
	6106 10 00 6106 20 00 6106 90 10 6206 20 00 6206 30 00 6206 40 00
8	Camisas y camiseras, que no sean de punto, para hombres y niños, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales

6205 10 00	6205 20 00	6205 30 00
------------	------------	------------

GRUPO II A

9	Tejidos de algodón de bucles de la clase esponja; ropa de tocador o de cocina, que no sea de punto, de bucles de la clase esponja, de algodón
	5802 11 00 5802 19 00 ex 6302 60 00

GRUPO II B

15	Abrigos, impermeables (incluidas las capas) y chaquetas, tejidos, para mujeres o niñas, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales (excepto las parkas de la categoría 21)
	6202 11 00 ex 6202 12 10 ex 6202 12 90 ex 6202 13 10 ex 6202 13 90 6204 31 00 6204 32 90 6204 33 90 6204 39 19 6210 30 00
16	Trajes completos y conjuntos, con excepción de los de punto, para hombres y niños, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, con excepción de las prendas de esquí; prendas de vestir para deporte, con forro, cuyo exterior esté realizado con un único tejido, para hombres y niños, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales
	6203 11 00 6203 12 00 6203 19 10 6203 19 30 6203 21 00 6203 22 80 6203 23 80 6203 29 18 6211 32 31 6211 33 31

GRUPO III B

67	Accesorios de punto que no sean para bebés, ropa de todo tipo de punto, cortinas, visillos, persianas de interior, guardamalletas, rodapiés de cama y otros artículos de tapicería, de punto, mantas de punto, otros artículos de punto, incluidas las partes de prendas de vestir o sus accesorios
	5807 90 90 6113 00 10 6117 10 00 6117 20 00 6117 80 10 6117 80 90 6117 90 00 6301 20 10 6301 30 10 6301 40 10 6301 90 10 6302 10 00 6302 40 00 ex 6302 60 00 6303 11 00 6303 12 00 6303 19 00 6304 11 00 6304 91 00 ex 6305 20 00 6305 32 11 ex 6305 32 90 6305 33 10 ex 6305 39 00 ex 6305 90 00 6307 10 10 6307 90 10

- Restricciones cuantitativas aplicables a la República de Montenegro y Kosovo en virtud de reglamento de la UE nº 931/ 2005 de 6 de Junio de 2005 por la que se modifica al Anexo III B del reglamento nº 517/94 sobre las reglas comunes de importación de productos textiles procedentes de terceros países no cubiertos por acuerdos bilaterales , protocolos, otros acuerdos u otras reglas de importación específicas de la Comunidad.

Categoría	Designación de la mercancía	Unidad	Cantidad
	Código NC 2005		

GRUPO I A

1	Hilados de algodón sin acondicionar para la venta al por menor	toneladas	588
	5204 11 00 5204 19 00 5205 11 00 5205 12 00 5205 13 00 5205 14 00 5205 15 10 5205 15 90 5205 21 00 5205 22 00 5205 23 00 5205 24 00 5205 26 00 5205 27 00 5205 28 00 5205 31 00 5205 32 00 5205 33 00 5205 34 00 5205 35 00 5205 41 00 5205 42 00 5205 43 00 5205 44 00 5205 46 00 5205 47 00 5205 48 00 5206 11 00 5206 12 00 5206 13 00 5206 14 00 5206 15 00 5206 21 00 5206 22 00 5206 23 00 5206 24 00 5206 25 00 5206 31 00 5206 32 00 5206 33 00 5206 34 00 5206 35 00 5206 41 00 5206 42 00 5206 43 00 5206 44 00 5206 45 00 ex 5604 90 00		
2	Tejidos de algodón, que no sean tejidos de gasa de vuelta, con bucles de la clase esponja, cintas, terciopelos, felpas, tejidos rizados, tejidos de chenilla o felpilla, tules y tejidos de mallas anudadas	toneladas	713

	5208 11 10 5208 11 90 5208 12 16 5208 12 19 5208 12 96 5208 12 99 5208 13 00 5208 19 00 5208 21 10 5208 21 90 5208 22 16 5208 22 19 5208 22 96 5208 22 99 5208 23 00 5208 29 00 5208 31 00 5208 32 16 5208 32 19 5208 32 96 5208 32 99 5208 33 00 5208 39 00 5208 41 00 5208 42 00 5208 43 00 5208 49 00 5208 51 00 5208 52 10 5208 52 90 5208 53 00 5208 59 00 5209 11 00 5209 12 00 5209 19 00 5209 21 00 5209 22 00 5209 29 00 5209 31 00 5209 32 00 5209 39 00 5209 41 00 5209 42 00 5209 43 00 5209 49 00 5209 51 00 5209 52 00 5209 59 00 5210 11 00 5210 12 00 5210 19 00 5210 21 00 5210 22 00 5210 29 00 5210 31 00 5210 32 00 5210 39 00 5210 41 00 5210 42 00 5210 49 00 5210 51 00 5210 52 00 5210 59 00 5211 11 00 5211 12 00 5211 19 00 5211 21 00 5211 22 00 5211 29 00 5211 31 00 5211 32 00 5211 39 00 5211 41 00 5211 42 00 5211 43 00 5211 49 10 5211 49 90 5211 51 00 5211 52 00 5211 59 00 5212 11 10 5212 11 90 5212 12 10 5212 12 90 5212 13 10 5212 13 90 5212 14 10 5212 14 90 5212 15 10 5212 15 90 5212 21 10 5212 21 90 5212 22 10 5212 22 90 5212 23 10 5212 23 90 5212 24 10 5212 24 90 5212 25 10 5212 25 90 ex 5811 00 00ex 6308 00 00		
2 a)	Distintos de los crudos y blanqueados	toneladas	161
	5208 31 00 5208 32 16 5208 32 19 5208 32 96 5208 32 99 5208 33 00 5208 39 00 5208 41 00 5208 42 00 5208 43 00 5208 49 00 5208 51 00 5208 52 10 5208 52 90 5208 53 00 5208 59 00 5209 31 00 5209 32 00 5209 39 00 5209 41 00 5209 42 00 5209 43 00 5209 49 00 5209 51 00 5209 52 00 5209 59 00 5210 31 00 5210 32 00 5210 39 00 5210 41 00 5210 42 00 5210 49 00 5210 51 00 5210 52 00 5210 59 00 5211 31 00 5211 32 00 5211 39 00 5211 41 00 5211 42 00 5211 43 00 5211 49 10 5211 49 90 5211 51 00 5211 52 00 5211 59 00 5212 13 10 5212 13 90 5212 14 10 5212 14 90 5212 15 10 5212 15 90 5212 23 10 5212 23 90 5212 24 10 5212 24 90 5212 25 10 5212 25 90 ex 5811 00 00 ex 6308 00 00		
3	Tejidos de fibras textiles sintéticas discontinuas, que no sean cintas, terciopelos, felpas, tejidos rizados (incluidos los tejidos con bucles de la clase esponja) y tejidos de chenilla o felpilla	toneladas	78

5512 11 00	5512 19 10	5512 19 90	5512 21 00	5512 29 10		
5512 29 90	5512 91 00	5512 99 10	5512 99 90	5513 11 20		
5513 11 90	5513 12 00	5513 13 00	5513 19 00	5513 21 10		
5513 21 30	5513 21 90	5513 22 00	5513 23 00	5513 29 00		
5513 31 00	5513 32 00	5513 33 00	5513 39 00	5513 41 00		
5513 42 00	5513 43 00	5513 49 00	5514 11 00	5514 12 00		
5514 13 00	5514 19 00	5514 21 00	5514 22 00	5514 23 00		
5514 29 00	5514 31 00	5514 32 00	5514 33 00	5514 39 00		
5514 41 00	5514 42 00	5514 43 00	5514 49 00	5515 11 10		
5515 11 30	5515 11 90	5515 12 10	5515 12 30	5515 12 90		
5515 13 11	5515 13 19	5515 13 91	5515 13 99	5515 19 10		
5515 19 30	5515 19 90	5515 21 10	5515 21 30	5515 21 90		
5515 22 11	5515 22 19	5515 22 91	5515 22 99	5515 29 00		
5515 91 10	5515 91 30	5515 91 90	5515 92 10	5515 92 90		
5515 99 10	5515 99 30	5515 99 90	ex 5803 90 40	ex 5905 00		
70 ex 6308 00 00						

GRUPO I B

5	Chándales, jerseys (con o sin mangas), juegos de jerseys abiertos o cerrados twinset, chalecos y chaquetas (distintos de los cortados y cosidos), anoraks, cazadoras y similares, de punto	1000 unidades	332
	6101 10 90 6101 20 90 6101 30 90 6102 10 90 6102 20 90 6102 30 90 6110 11 10 6110 11 30 6110 11 90 6110 12 10 6110 12 90 6110 19 10 6110 19 90 6110 20 91 6110 20 99 6110 30 91 6110 30 99		
6	Pantalones cortos (excepto de baño) y pantalones, tejidos, para hombres o niños; pantalones, tejidos, para mujeres o niñas: de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales; partes inferiores de prendas de vestir para deporte, con forro, que no sean de las categorías 16 ó 29, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales	1000 unidades	178
	6203 41 10 6203 41 90 6203 42 31 6203 42 33 6203 42 35 6203 42 90 6203 43 19 6203 43 90 6203 49 19 6203 49 50 6204 61 10 6204 62 31 6204 62 33 6204 62 39 6204 63 18 6204 69 18 6211 32 42 6211 33 42 6211 42 42 6211 43 42		
7	Camisas, blusas, blusas camisetas y camisetas, de punto y que no sean de punto, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres y niñas	1000 unidades	97
	6106 10 00 6106 20 00 6106 90 10 6206 20 00 6206 30 00 6206 40 00		
8	Camisas y camiseras, que no sean de punto, para hombres y niños, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales	1000 unidades	277

	6205 10 00 6205 20 00 6205 30 00		
--	----------------------------------	--	--

GRUPO II A

9	Tejidos de algodón de bucles de la clase esponja; ropa de tocador o de cocina, que no sea de punto, de bucles de la clase esponja, de algodón	toneladas	73
	5802 11 00 5802 19 00 ex 6302 60 00		

GRUPO II B

15	Abrigos, impermeables (incluidas las capas) y chaquetas, tejidos, para mujeres o niñas, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales (excepto las parkas de la categoría 21)	1000 unidades	138
	6202 11 00 ex 6202 12 10 ex 6202 12 90 ex 6202 13 10 ex 6202 13 90 6204 31 00 6204 32 90 6204 33 90 6204 39 19 6210 30 00		
16	Trajes completos y conjuntos, con excepción de los de punto, para hombres y niños, de lana, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, con excepción de las prendas de esquí; prendas de vestir para deporte, con forro, cuyo exterior esté realizado con un único tejido, para hombres y niños, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales	1000 unidades	70
	6203 11 00 6203 12 00 6203 19 10 6203 19 30 6203 21 00 6203 22 80 6203 23 80 6203 29 18 6211 32 31 6211 33 31		

GRUPO III B

67	Accesorios de punto que no sean para bebés, ropa de todo tipo de punto, cortinas, visillos, persianas de interior, guardamalletas, rodapiés de cama y otros artículos de tapicería, de punto, mantas de punto, otros artículos de punto, incluidas las partes de prendas de vestir o sus accesorios	toneladas	61
	5807 90 90 6113 00 10 6117 10 00 6117 20 00 6117 80 10 6117 80 90 6117 90 00 6301 20 10 6301 30 10 6301 40 10 6301 90 10 6302 10 00 6302 40 00 ex 6302 60 00 6303 11 00 6303 12 00 6303 19 00 6304 11 00 6304 91 00 ex 6305 20 00 6305 32 11 ex 6305 32 90 6305 33 10 ex 6305 39 00 ex 6305 90 00 6307 10 10 6307 90 10		