

El mercado del cuero y calzado en Eslovaquia

El mercado del cuero y calzado en Eslovaquia

Esta nota ha sido elaborada por Laura Andrés Marruedo
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bratislava

Mayo 2008

ÍNDICE

RESUMEN Y CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	7
1. Delimitación del sector	7
2. Clasificación arancelaria	8
II. OFERTA	11
1. Tamaño del mercado	11
2. Producción local	17
3. Importaciones	20
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	24
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	30
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	32
VI. DISTRIBUCIÓN	33
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	39
VIII. ANEXOS	40
1. Empresas	40
2. Ferias	40
3. Publicaciones del sector	42
4. Asociaciones	43
5. Otras direcciones de interés	434
6. Bibliografía	45

RESUMEN Y CONCLUSIONES

A continuación se presenta un resumen con las características del sector del cuero y calzado en Eslovaquia que arroja el estudio.

- El sector de prendas de vestir y calzado es débil en Eslovaquia, y la industria del calzado en particular necesita urgentemente inversión para la modernización y desarrollo.
- El proceso de privatización y re-estructuración ocurrido durante la década de los noventa dio como resultado un pequeño número de empresas que están fuertemente orientadas a la exportación.
- La industria está distorsionada por el alto ratio de importaciones ilegales.
- Eslovaquia se provee de las importaciones baratas y de peor calidad principalmente del sudeste asiático, mientras que el calzado de buena calidad y precio más elevado se importa desde Italia y otros países europeos.
- Se trata de una industria fragmentada con un gran número de pequeñas empresas, la mayoría de ellas con exceso de personal con baja productividad.
- Al igual que la economía eslovaca mejora, dejando atrás el período de reformas económicas y políticas de años recientes, el poder adquisitivo ha comenzado también a crecer, llevando consigo también un crecimiento en el consumo.
- Las tendencias demográficas son positivas debido a la alta proporción de gente joven, que es el segmento que con clara diferencia más gasta en ropa y calzado.
- La prosperidad de la región de Bratislava en particular, está creando una nueva clase social con consumidores que están conduciendo la demanda de productos caros de marca.
- Respecto a los canales de distribución, la venta de ropa y calzado está dominada por las cadenas mayoristas de venta al público.
- Tanto el sector de la ropa como del calzado están altamente fragmentados y dominados por un limitado número de grandes cadenas mayoristas.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- El resto de ropa y calzado está altamente fragmentado con un gran número de pequeños productores e importadores.
- El crecimiento del sector se ha visto fuertemente beneficiado por la entrada del país en la UE en 2004, incluyendo buenas perspectivas de exportación. Se espera que esto se traduzca en un aumento del empleo en el sector, así como el establecimiento de nuevos negocios en la República Eslovaca y que las empresas locales empiecen a expandirse con la ayuda de inversiones extranjeras.
- El Gobierno Eslovaco ha apoyado intensamente el sector de la piel y el calzado en los últimos 10 años. Además, el gobierno ha creado condiciones muy favorables para la entrada en el mercado de inversores extranjeros.

Otras conclusiones que arroja la nota sectorial y que se observan en el análisis DAFO, son las siguientes.

ANÁLISIS DAFO

Debilidades

- Deficiencia en inversiones para la modernización de tecnología y maquinaria en compañías locales.
- Menor productividad laboral comparada con otros países de la UE.
- Baja competitividad en precios comparada con el calzado procedente de China.
- Bajo poder adquisitivo de los ciudadanos eslovacos.
- Carencia de inversiones en I+D en el sector.
- País de reducido tamaño y donde no se espera que la población aumente en el corto o medio plazo.

Amenazas

- El rápido incremento de las importaciones provenientes de países del sudeste asiático.
- La previsión de un incremento de los salarios en Eslovaquia, que afectaría a los costes laborales de las empresas productoras del sector.
- Casi el total de la industria de piel y calzado en el país está en manos de empresas extranjeras que pueden decidirse por una recolocación en cualquier momento a países con mejores condiciones.

Fortalezas

- Industria con larga tradición.
- Producción de un bien con un período corto de venta.
- Mano de obra cualificada y relativamente más barata comparada con otros países de la UE.
- Presencia de empresas competitivas participadas por capital extranjero.
- Mayor nivel de calidad en bienes y servicios comparados con los productos provenientes del sudeste asiático.
- Menores costes de transporte para el mercado europeo que el producto de origen sudeste asiático.

Oportunidades

- Entrada cada vez mayor de inversión directa extranjera.
- Oportunidades de trabajo para mujeres.
- Producción de productos ecológicos o respetuosos con el medio ambiente.
- La pertenencia a la Unión Europea puede contribuir positivamente al desarrollo de una marca de calzado, considerando el decrecimiento de esta industria en la UE y el movimiento de la producción de calzado a países con bajos salarios.

A raíz del estudio, las principales **recomendaciones** que se pueden dar son las siguientes.

- Invertir en la mejora del diseño acorde con las tendencias de moda.
- Invertir en imagen, marca y comunicación.
- Aumento de la productividad.
- Mejora de los servicios añadidos (entrega, etc.).
- Mejora de la satisfacción del consumidor basándose en la personalización.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota hace referencia al sector del cuero y el calzado en Eslovaquia, si bien, se realiza un estudio más exhaustivo de la industria del calzado, que absorbe alrededor del 80% de la producción de cuero del país.

No se han introducido en el estudio las partes independientes del calzado, tales como tacones, plantillas, etc.

Las partidas que delimitan la industria del cuero son las siguientes.

-
- | | |
|------|--|
| 4101 | Cueros y pieles, en bruto, de bovino, incluido el búfalo, o de equino. |
| 4103 | Los demás cueros y pieles, en bruto. |
| 4104 | Cueros y pieles curtidos de bovino, incluido el búfalo, o de equino. |
| 4106 | Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo. |
| 4107 | Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergamina-
dos, de bovino, incluido el búfalo, o de equino. |
| 4112 | Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergamina-
dos, de ovino, depilados, incluso divididos. |
| 4113 | Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergamina-
dos, de los demás animales, depilados. |
| 4114 | Cueros y pieles agamuzados, incluido el agamuzado combinado al aceite. |
-

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

El calzado se clasifica en las siguientes cuatro grandes partidas.

6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o de plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos o dispositivos similares.
6402	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o de plástico.
6403	Calzado con suela de caucho, plástico o cuero y parte superior de cuero natural.
6404	Calzado con suela de caucho, plástico o cuero y parte superior de materiales textiles.
6405	Los demás calzados.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Eslovaquia utiliza la nomenclatura del sistema armonizado (HS/SA).

En las siguientes tablas se detallan las partidas concretas de calzado que se han tenido en cuenta en la realización de este estudio.

6401. CALZADO IMPERMEABLE

640110	Calzado impermeable con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera, con puntera de metal.
640191	Calzado impermeable con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera, que cubran la rodilla (excepto con puntera de metal).
640192	Calzado impermeable con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera, que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla (excepto con puntera de metal).
640199	Calzado impermeable con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera (excepto con puntera de metal y que cubran la rodilla).

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

6402. CORTE DE CAUCHO O PLÁSTICO

640220	Calzados con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico, con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas).
640230	Los demás calzados con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico, con puntera de metal (excepto con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas) y de deporte).
640291	Los demás calzados con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico, que cubran el tobillo (excepto con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas); con puntera de metal y de deporte).
640299	Los demás calzados con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico, que no cubran el tobillo (excepto con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas); con puntera de metal y de deporte)

6403. CORTE DE CUERO NATURAL

640320	Calzado con piso de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por el empeine y rodeen el dedo gordo.
640330	Calzado con palmilla o plataforma de madera, con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de cuero natural, sin plantillas y sin puntera de metal.
640340	Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de cuero natural, con puntera de metal (excepto de deporte; con piso de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por el empeine y rodeen el dedo gordo y con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas y sin puntera de metal).
640351	Calzado con piso y parte superior (corte) de cuero natural, que cubran el tobillo (excepto de deporte; con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas y sin puntera de metal; con piso de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por el empeine y rodeen el dedo gordo y con puntera de metal).
640359	Calzado con piso y parte superior (corte) de cuero natural que no cubran el tobillo (excepto de deporte; con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas y sin puntera de metal; con piso de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por el empeine y rodeen el dedo gordo y con puntera de metal).
640391	Calzado con piso de caucho, plástico, cuero artificial o regenerado y parte superior (corte) de cuero natural, que cubran el tobillo (excepto de deporte; con piso de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por el empeine y rodeen el dedo gordo; con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas y sin puntera de metal; con puntera de metal).

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

640399	Calzado con piso de caucho, plástico, cuero artificial o regenerado y parte superior (cor-te) de cuero natural, que no cubran el tobillo (excepto de deporte; con piso de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por el empeine y rodeen el dedo gordo; con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas y sin puntera de metal; con puntera de metal).
--------	--

6404. CORTE DE TEXTIL

640419	Calzado con piso de caucho o de plástico y parte superior (corte) de materias textiles (excepto de deporte; de tenis, de baloncesto, de gimnasia, de entrenamiento y calza-dos similares).
640420	Calzado con piso de cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de materias textiles.

6405. DEMÁS CALZADOS

640510	Los demás calzados, con la parte superior (corte) de cuero natural o regenerado.
640520	Los demás calzados, con la parte superior de materias textiles.
640590	Los demás calzados (excepto con la parte superior (el corte) de cuero natural, artificial o re-generado y con la parte superior de materias textiles).

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

La producción en Eslovaquia de las industrias de cuero y calzado comenzó a crecer rápidamente en 1990 como consecuencia de la desintegración de los mercados del este y el fuerte proceso de privatización en el país.

Si bien es cierto que la producción de estos sectores en 1989 era tan solo el 19% del nivel de producción una década antes¹, desde 1990 la producción local no ha dejado de crecer.

La entrada de compañías extranjeras al mercado en la segunda mitad de los años noventa supuso definitivamente una gran ventaja debido a la instalación de nuevas tecnologías, know how, introducción de novedades en dirección y marketing y el asentamiento de unas prioridades de desarrollo y eficiencia en las empresas. Desde entonces, la producción local se ha estabilizado.

La industria del cuero y calzado del país se concentra en tres regiones.

- **Bardejov**, al este de Eslovaquia, a unos 450 kilómetros de Bratislava.
- **Partizánske y Bánovce nad Bebravou**, a 140 kilómetros al noreste de Bratislava.
- **Komárno**, al sur del país, a 100 kilómetros de Bratislava.

En 2007, se alcanzaron casi 500 millones de euros en ventas finales. De esta cantidad, más de tres cuartas partes de las ventas procedieron del calzado. Si bien es cierto que, la producción en 2007 del sector del cuero y calzado en su conjunto fue un 1,9% menor que en 2006².

¹ Fuente: ZKOP, Association of Leather and Shoe industries of the Slovak Republic.

² Fuente: Slovak Statistic Office.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Respecto a la industria de calzado, una de las características que la hacen diferente de otros sectores productivos es la diversidad y heterogeneidad que se manifiesta, por un lado, en la amplia variedad de materias primas empleadas durante el proceso de manufactura -material textil, plástico, goma o cuero-, así como por el uso o destinatario final –hombres, mujeres o niños-, sin olvidar productos tan específicos como el calzado de seguridad o el destinado al esquí.

La diversidad de productos finales se manifiesta del mismo modo en diferentes procesos industriales de fabricación, diversidad de empresas o segmentos de mercado a las que van dirigidas.

En Eslovaquia, la industria del calzado registra un superávit de comercio exterior en todo el período analizado. En el año 2007 se exportó por valor de 447 millones de euros, 38% más que en el año anterior, mientras que las importaciones alcanzaron los 250 millones de euros, 27% más que en 2006.

Evolución del comercio exterior de calzado			
	Importaciones	Exportaciones	Saldo
2002	76.995.400	186.925.831	109.930.430
2003	106.556.607	264.059.917	157.503.310
2004	138.077.721	295.080.875	157.003.154
2005	167.765.091	307.788.682	140.023.591
2006	196.849.195	324.132.753	127.283.558
2007	249.632.727	446.859.606	197.226.879

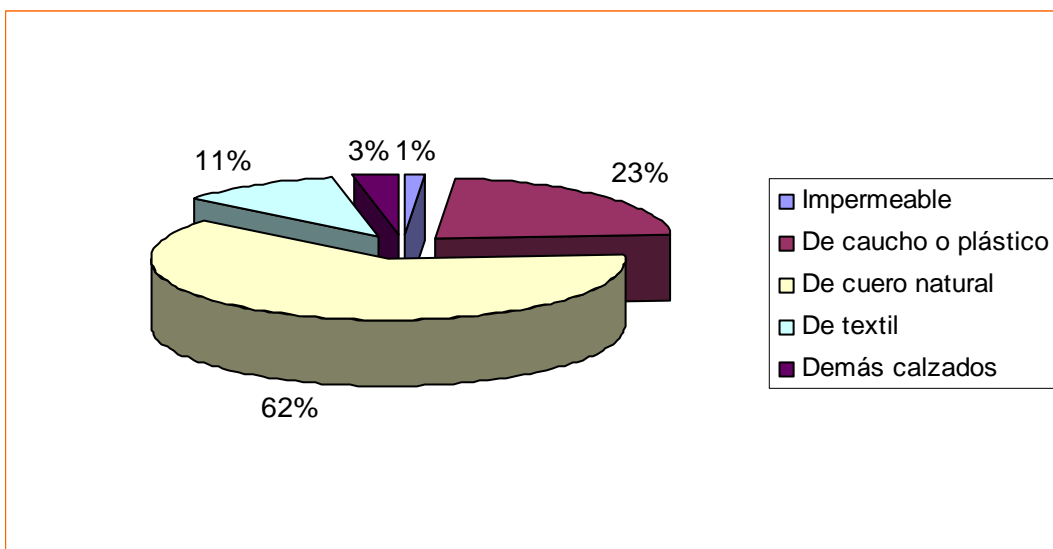
Fuente: UN Comtrade Database³

Si se desglosan las importaciones y exportaciones por tipos de calzado y tal y como se observa en los siguientes gráficos, el calzado de cuero es la partida que más importaciones y exportaciones representa en el conjunto de la industria –61% y 80% de las importaciones y exportaciones, respectivamente-.

Los calzados de caucho y plástico y de textil son los tipos que más volumen representan después del calzado de cuero, con el 23% y el 11% de las importaciones, respectivamente, y el 7% y 4% de las exportaciones.

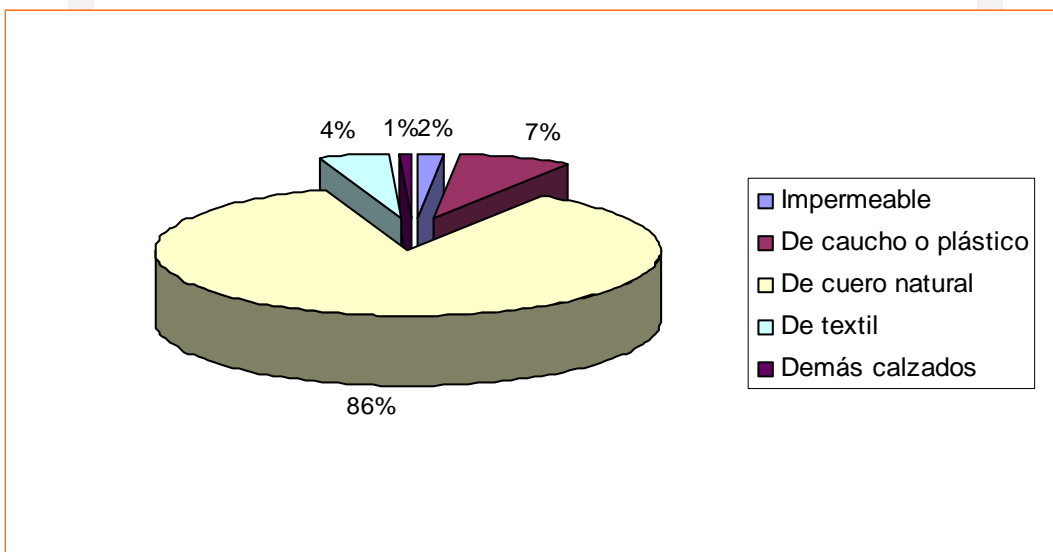
³ El tipo de cambio dólar / euro utilizado a lo largo del estudio ha sido de 1€ = 1,5340\$ (tipo de cambio a fecha 11 de marzo de 2008)

Importaciones de calzado por partida, 2007



Fuente: UN Comtrade Database

Exportaciones de calzado por partida, 2007



Fuente: UN Comtrade Database

EXPORTACIONES

Tal y como muestra la tabla siguiente, las exportaciones de calzado llevadas a cabo por Eslovaquia han aumentado considerablemente en los últimos años, 75% durante el periodo 2002-2007, para el conjunto de las partidas analizadas.

El aumento de las exportaciones ha experimentado una significativa diferencia dependiendo del tipo de calzado analizado. Los calzados de caucho o plástico y cuero son aquellos en los que el incremento de las exportaciones ha sido mayor.

Evolución de las exportaciones por partidas, 2002-2007 (mil €)						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
6401	4.509	7.624	6.311	7.261	5.516	9.756
6402	4.760	13.954	19.020	26.990	29.850	44.359
6403	118.310	163.716	198.478	213.406	228.026	518.487
6404	19.164	18.882	15.668	11.558	18.853	26.356
6405	1.752	2.255	4.661	2.899	2.110	4.962

Fuente: UN Comtrade Database

Los principales destinos de las exportaciones de calzado en general son Alemania, Italia y Dinamarca. Estos tres países juntos suman alrededor del 65% de las exportaciones totales en 2007.

Destino de las exportaciones, 2007	
Alemania	173.621.105
Italia	59.882.768
Dinamarca	43.860.207
EEUU	24.126.623
Rep. Checa	22.544.821
Otros	122.824.083

Fuente: UN Comtrade Database

A pesar de ello, es necesario puntualizar que el destino al que se dirigen las exportaciones depende principalmente del tipo de calzado.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

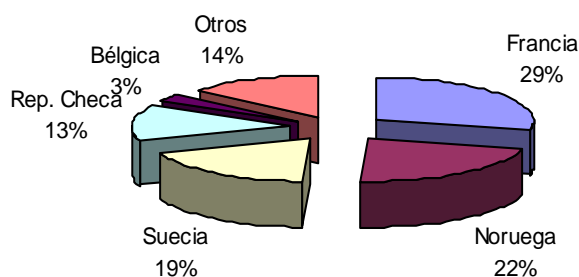
A continuación se presenta un análisis detallado por partidas de las exportaciones eslovacas de calzado, así como los principales destinos de estas exportaciones⁴.

- Las exportaciones de calzado impermeable se han aumentado a un ritmo relativamente constante en los últimos años. Actualmente se exportan algo más de 9,5 millones de euros de esta partida, siendo los principales destinos de exportación; Francia, Noruega y Suecia.

Exportaciones de 6401 (mil €)

2002	4.509
2003	7.261
2004	6.311
2005	7.624
2006	5.516
2007	9.756

Exportaciones de 6401 por países



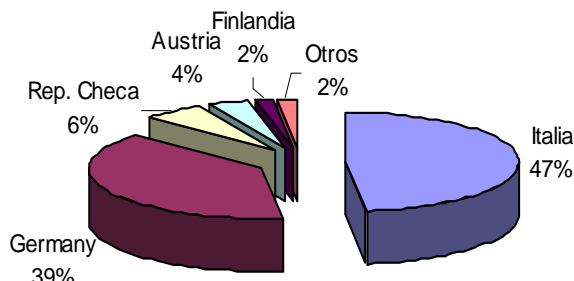
Fuente: UN Comtrade Database

- El calzado de caucho o plástico ha experimentado el crecimiento más acusado en los últimos años. Actualmente se exporta diez veces más de lo que se exportaba en 2002. Italia y Alemania absorben casi el 90% del total de las exportaciones de esta partida.

Exportaciones de 6402 (mil €)

2002	4.760
2003	13.954
2004	19.020
2005	29.990
2006	29.850
2007	44.359

Exportaciones de 6402 por países



Fuente: UN Comtrade Database

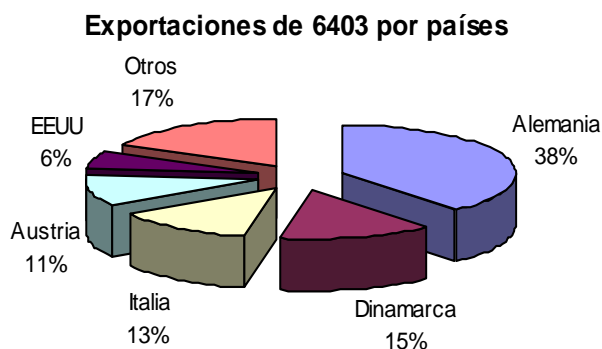
⁴ Las exportaciones por destinos corresponden al último período analizado, año 2007.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- El calzado de cuero natural es el tipo de calzado que más peso tiene en las exportaciones de calzado debido a la gran tradición ganadera del país. Casi el 40% del total de las exportaciones se dirigen a Alemania.

Exportaciones de 6403 (mil €)

2002	118.309
2003	163.716
2004	198.478
2005	213.406
2006	228.026
2007	518.487

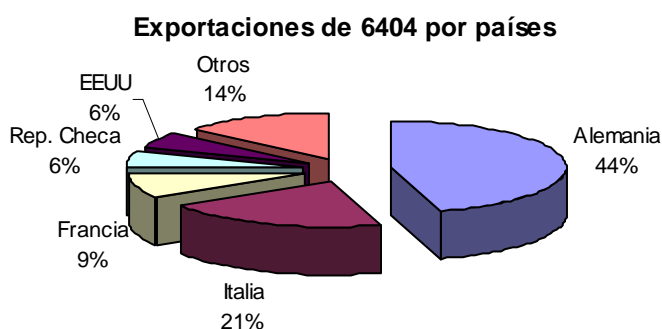


Fuente: UN Comtrade Database

- El calzado de corte textil ocupa el tercer puesto en las exportaciones de calzado por valor. El crecimiento de las exportaciones de esta partida ha sido moderado. Casi la mitad de las mismas se dirigen al mercado alemán.

Exportaciones de 6404 (mil €)

2002	19.164
2003	18.882
2004	15.668
2005	11.557
2006	18.853
2007	26.356



Fuente: UN Comtrade Database

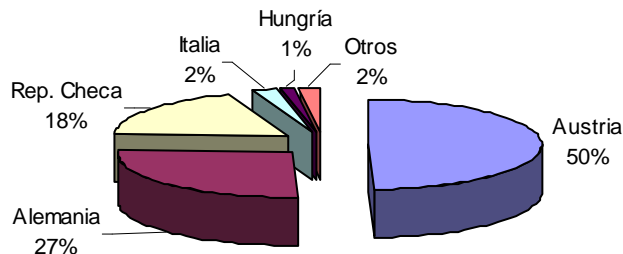
- El resto de calzado ocupa una partida residual, se exporta alrededor de cinco millones de euros, dirigiéndose principalmente a Austria, Alemania y República Checa.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Exportaciones de 6405 (mil €)

2002	1.752
2003	2.254
2004	4.661
2005	2.898
2006	2.110
2007	4.962

Exportación de 6405 por países



Fuente: UN Comtrade Database

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La aportación del sector calzado a la economía del país, tanto a nivel de empleo como de PIB, es bastante reducida. En Eslovaquia trabajan alrededor de 14.500 personas en el sector y la aportación a la economía nacional apenas alcanza el 0,3% del PIB⁵.

Mientras la aportación al PIB se ha mantenido constante en los últimos años, el número de personas empleadas en el sector ha disminuido considerablemente.

Número de empleados en el sector de cuero y calzado⁶

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
17.238	17.544	17.800	16.976	15.446	15.703	15.333	14.525

Fuente: Slovak Statistics

Gracias a la existencia de trabajadores cualificados y con bajos salarios relativos, además de las políticas de promoción llevadas a cabo por **ZKOP** (Asociación de Productores de Cuero y

⁵ Fuente: Banco Nacional de Eslovaquia.

⁶ Únicamente se tienen en cuenta las empresas de más de 20 trabajadores en la elaboración de las estadísticas.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Calzado), empresas europeas del sector comenzaron a invertir en el país en la década de los noventa y desde entonces el sector ha crecido constantemente.

No obstante, hay que puntualizar que la evolución del sector no ha sido ajena al fenómeno de la globalización, habiéndose producido una deslocalización de parte muy importante de la producción mundial en países de bajos costes salariales, principalmente países del sudeste asiático.

En la actualidad, las empresas extranjeras implantadas en el país producen alrededor del 80% de la producción total del sector en Eslovaquia.

Más del 90% de la producción del país se exporta. Los destinos de estas exportaciones son principalmente otros mercados de la UE.

La implantación de empresas extranjeras ha venido motivada, además de por los bajos salarios relativos –como ya se ha comentado anteriormente-, por unas condiciones fiscales favorables. Actualmente, el impuesto de sociedades es del 19% del beneficio empresarial.

Es conveniente destacar que, aunque los salarios medios en el sector se siguen considerando bajos en comparación con otros países europeos, éstos crecen anualmente a una media superior a la media europea.

Salario medio registrado en el sector de cuero y calzado							
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
9.692	10.381	11.329	11.754	12.362	13.371	15.333	14.525

Fuente: Slovak Statistics

Según las estadísticas europeas, la producción local de calzado en Eslovaquia creció más que en ningún otro país de la Unión Europea durante el periodo 2001-2005, llegándose a alcanzar un incremento medio anual del 21,5%. Esto representó en 2005 una producción de 13 millones de pares de zapatos y unos ingresos de más de 180 millones de euros.

A esto se añade el hecho de que el crecimiento medio en términos de valor haya sido del 44% y que, comparado con el crecimiento en términos de producción, indica un mayor valor medio del calzado producido.

La industria del calzado en Eslovaquia está considerablemente orientada a la producción de calzado de gama media-alta.

El 85% del producto final es calzado de cuero para exteriores. El 65% de la producción corresponde a calzado para hombre, mientras que el calzado infantil representa menos del 1% de la producción total.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Producción de calzado por público objetivo (en miles de pares)

	2003	2004	2005 ⁷
Calzado de hombre	5.873	7.262	8.832
Calzado de mujer	3.044	4.119	4.790
Calzado infantil	67	27	32

Fuente: Slovak Statistics

La industria del cuero y calzado se clasifica como una industria ligera y de consumo, intensiva en mano de obra y con una producción fragmentada en su mayoría en pequeñas y medianas empresas.

En los últimos años, tanto el número de empresas como el número de personas empleadas en el sector, ha disminuido.

La tendencia reciente es la disminución del número de empresas, el aumento de tamaño de éstas y el cierre de las más pequeñas. Se observa además un intento de aumentar la productividad de las fábricas, así como un fuerte recorte en la mano de obra.

Actualmente operan en el mercado alrededor de 60 productores de piel y calzado con más de 20 empleados. Alrededor de 23 de estos productores forman parte de la ZKOP, pero la mayoría de ellos no son lo suficientemente competitivos y producen en pequeñas cantidades⁸.

Número de empresas eslovacas en el sector

2002	2003	2004	2005	2006
80	75	68	66	62

Fuente: Slovak Statistics

Las mayores empresas productoras instaladas en el país son las siguientes⁹.

⁷ Último año para el que se encuentran datos desagregados en la Oficina Nacional de Estadística de la República Eslovaca.

⁸ En la página Web de la Asociación de Productores de Cuero y Calzado de la República Eslovaca (ZKOP) se encuentra disponible un listado con las empresas productoras y socios de la organización, así como sus datos de contacto.

⁹ Para obtener un listado más completo de las empresas productoras de cuero y calzado en Eslovaquia, contactad con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bratislava, bratislava@mcx.es.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- Euroobuv (Rieker obuv), s.r.o., en Komárno.
- Gabor, s.r.o., en Bánovce nad Bebravou.
- Rialto, s.r.o., en Partizánske.
- Vulkan a.s., en Partizánske.
- Elefanten Slowakei, s.r.o. en Partizánske.
- HITOP en Partizánske.

Cuatro de estas empresas son de capital extranjero y son a su vez las empresas más competitivas del país.

Según estas empresas, los productos más prometedores y con mayor futuro en Eslovaquia, son el calzado exterior de gama alta tanto para mujeres como para hombres y calzados ocasionales como botas de lluvia, calzado de seguridad, deportivo o infantil.

3. IMPORTACIONES

Las importaciones eslovacas de calzado rondaron los 250 millones de euros en 2007.

Durante todo el periodo analizado las importaciones presentan tasas de crecimiento elevadas. En 2007 se produjo un aumento de cerca del 30% respecto al año anterior.

Una parte importante de esta cantidad se refiere a importaciones de partes y componentes de calzado que se utilizan en el proceso de fabricación del producto final.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Importaciones	76.995.400	106.556.607	138.077.721	167.765.091	196.849.195	249.632.727
% incremento		38,4%	29,6%	21,5%	17,3%	26,8%

Fuente: UN Comtrade Database

La mayoría de las importaciones provienen de Italia o del sudeste asiático.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

El tipo de calzado que se importa de Italia es un calzado de buena calidad y precio más elevado, mientras que las importaciones procedentes del sudeste asiático suelen ser calzado deportivo y partes y componentes del calzado, destacando por su bajo coste y menor calidad.

Procedencia de las importaciones, 2007

China	42.447.143
Vietnam	29.946.323
Italia	27.121.550
Indonesia	25.309.084
Otros países europeos	23.638.692
Otros	10.116.993

Fuente: UN Comtrade Database

La evolución de las importaciones por tipo de partida queda recogida en la siguiente tabla.

Evolución de las importaciones por partidas, 2002-2007

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
6401	637	60	674	1.197	1.593	2.444
6402	9.345	12.365	15.897	20.368	22.589	43.201
6403	23.365	27.384	30.876	54.633	60.713	118.574
6404	3.939	6.055	6.081	8.660	10.476	21.553
6405	836	1.036	1.410	1.772	2.781	5.646

Fuente: UN Comtrade Database

A continuación se muestra un análisis más detallado de las importaciones de las diferentes partidas de calzado y los principales países de origen.

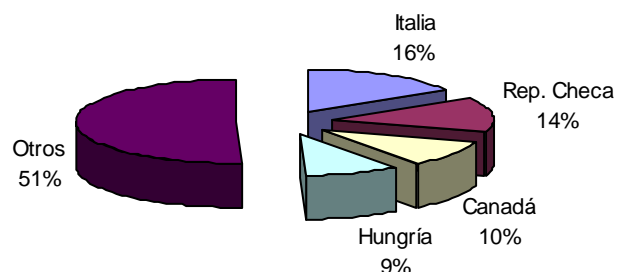
- Las importaciones de calzado impermeable son las de menor peso dentro del conjunto del total de importaciones de calzado. Sin embargo, la cantidad importada en términos monetarios es actualmente más del doble que en el año 2002.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Importaciones de 6401 (mil €)

2002	637
2003	60
2004	674
2005	1.197
2006	1.593
2007	2.444

Importaciones de 6401 por países



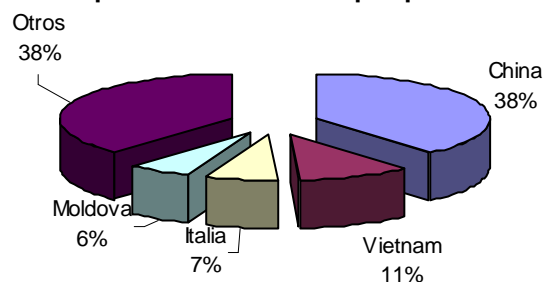
Fuente: UN Comtrade Database

- Las importaciones de calzado de caucho o plástico han experimentado un gran aumento durante el periodo analizado. Actualmente es la partida, después del calzado de cuero natural, que mayor volumen de importaciones representa.

Importaciones de 6402 (mil €)

2002	9.345
2003	12.365
2004	15.897
2005	20.367
2006	22.589
2007	43.201

Importaciones de 6402 por países



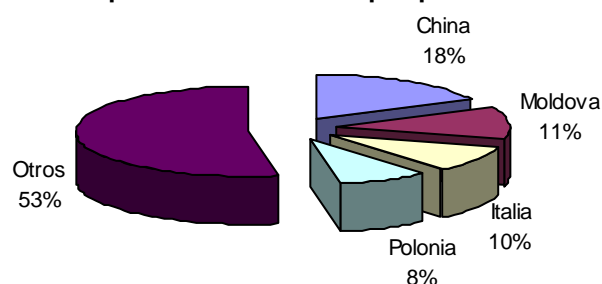
Fuente: UN Comtrade Database

- La partida 6403; calzado de cuero natural, es la que mayor valor alcanza y el subsector con mayor tradición en Eslovaquia. En 2007 esta partida supuso casi 120 millones de euros en importaciones.

Importaciones de 6403 (mil €)

2002	23.365
2003	27.384
2004	30.876
2005	54.633
2006	60.713
2007	118.574

Importaciones de 6403 por países



Fuente: UN Comtrade Database

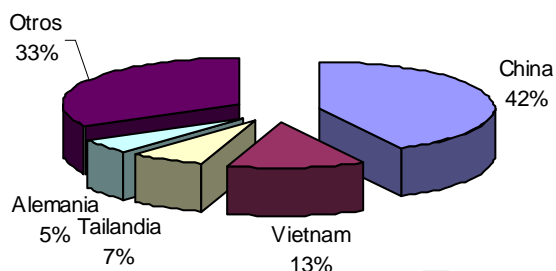
EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- El aumento experimentado por las importaciones de calzado de corte textil se ha debido principalmente a la proliferación de las importaciones procedentes del sudeste asiático, especialmente de China.

Importaciones de 6404 (mil €)

2002	3.939
2003	6.055
2004	6.081
2005	8.660
2006	10.476
2007	21.553

Importaciones de 6404 por países



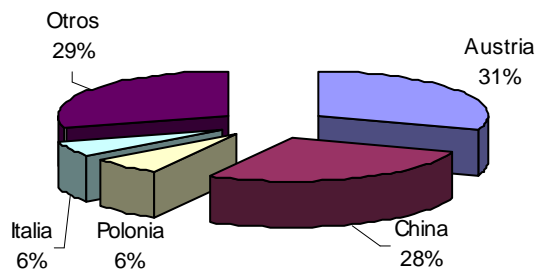
Fuente: UN Comtrade Database

- El resto de calzado se obtiene principalmente de China –para calzado de menor calidad- y de Austria –debido principalmente a su proximidad geográfica-.

Importaciones de 6405 (mil €)

2002	836
2003	1.036
2004	1.410
2005	1.772
2006	2.781
2007	5.646

Importaciones de 6405 por países



Fuente: UN Comtrade Database

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La población en Eslovaquia es de 5.447.502 habitantes, de los que 452.288 viven en Bratislava, capital del país. Con excepción de Kosice, que cuenta con una población de 241.606 habitantes, ninguna de las principales ciudades del país –Presov, Nitra, Zilina, Banska Bystrica y Trnava- supera los 200.000 habitantes¹⁰.

Bratislava constituye el principal centro de venta y distribución de todos los productos. Es en esta ciudad donde 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 marcas internacionales.

La densidad de población en el país es de 111 habitantes por kilómetro cuadrado y la tasa de población urbana de 58%. Esta distribución poblacional se ha de tener en consideración por la influencia que ejerce sobre consumo, gustos y poder adquisitivo de la población. Es importante debido a que es sobre todo en los núcleos urbanos donde se experimenta el crecimiento, desarrollo y modernización de la clase media-alta, y que representa un tirón en la demanda de determinados productos.

En relación al patrón de consumo y ahorro que sigue la población eslovaca, se puede anotar lo siguiente¹¹.

- Una tercera parte de los hogares eslovacos gastan el total de sus ingresos mensuales.
- De los hogares que tienen capacidad de ahorro, el 46% ahorra dinero para un caso de emergencia.
- Alrededor del 26% ahorra con el objetivo de realizar una inversión en remodelación de sus viviendas.

¹⁰ Fuente: CIA Factbook, julio de 2007.

¹¹ Fuente: GfK Slovakia.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- Ahorrar para pagar la educación de los hijos o comprar muebles para el hogar es también popular.
- Las vacaciones están en el 7º lugar dentro de los motivos que llevan a una familia eslovaca a ahorrar dinero.
- Las cantidades que comúnmente más se ahorran en un hogar tipo eslovaco con capacidad de ahorro son entre 30 y 90 euros al mes.
- Un sexto de los hogares ahorra entre 90 y 150 euros mensuales.
- Únicamente el 3% de los eslovacos son capaces de ahorrar más de 300 euros mensuales.

La estructura general del gasto sigue un típico patrón atribuido a un país con aún grandes posibilidades de desarrollo. Se destaca, por ejemplo, el elevado porcentaje que supone el gasto en alimentación sobre el gasto total, si bien, este porcentaje presenta una constante disminución desde 2004.

Estructura del gasto por persona y mes (en €)								
	2004		2005		2006		2007	
Alimentos y bebidas no alcohólicas	52	22%	53	21%	56	20%	60	19%
Bebidas alcohólicas y tabaco	6	3%	6	2%	7	2%	7	2%
Ropa y calzado	12	5%	13	5%	14	5%	16	5%
Gastos de la casa	47	20%	46	18%	54	19%	55	17%
Muebles y equipamiento para el hogar	9	4%	9	4%	11	4%	13	4%
Sanidad	5	2%	6	2%	6	2%	7	2%
Transporte	15	6%	18	7%	20	7%	24	8%
Comunicaciones	9	4%	9	4%	12	4%	13	4%
Ocio y cultura	13	6%	13	5%	16	6%	18	6%
Educación	1	1%	2	1%	2	1%	2	1%
Hoteles y restuaración	8	4%	9	4%	12	4%	13	4%
Otros	61	26%	65	26%	78	27%	87	28%
Gasto total	238	100%	248	100%	288	100%	315	100%

Fuente: Slovak Statistiks

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

El gasto en bienes de consumo en Eslovaquia se ha duplicado desde 2002. Se aprecia un aumento mucho mayor desde la entrada del país en 2004 a la Unión Europea.

Si se analiza el gasto total del conjunto de la economía en ropa y calzado se observa también un incremento más que notable en los últimos años.

Consumo total de la economía en ropa y calzado (Mill €)¹²

	2004	2005	2006	2007
	993,3	1.140,6	1.221,8	1.331,3
Incremento		14,8%	7,1%	9,0%

Fuente: Slovak Statistiks

Aunque el gasto por persona y mes en ropa y calzado continúa siendo bajo, se aprecia un constante incremento del gasto total en estos bienes alentado por la disposición de mayores ingresos dentro del conjunto familiar.

A pesar de ello, el porcentaje de gasto que estos bienes suponen sobre el total del gasto familiar permanece constante durante el periodo analizado.

Gasto en ropa y calzado por persona y mes (€)

	2004	2005	2006	2007
Gasto total mensual	248	259	300	327
Gasto en ropa y calzado	12	13	14	16
% Gasto en ropa y calzado	4,8%	4,8%	4,6%	4,8%

Fuente: Slovak Statistiks

Como se ha comentado anteriormente, gran parte del incremento producido en el gasto en bienes de consumo se debe al fuerte crecimiento de los ingresos familiares experimentado por la economía.

Desde 2003, los salarios nominales han crecido a tasas de entre el 7 y el 10,2%.

¹² A precios corrientes.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Salario nominal medio mensual (€)					
	2003	2004	2005	2006	2007
Del conjunto de la economía	445	490	535	581	624
% Var. sueldos		10,2%	9,2%	8,6%	7,4%

Fuente: Slovak Statistiks

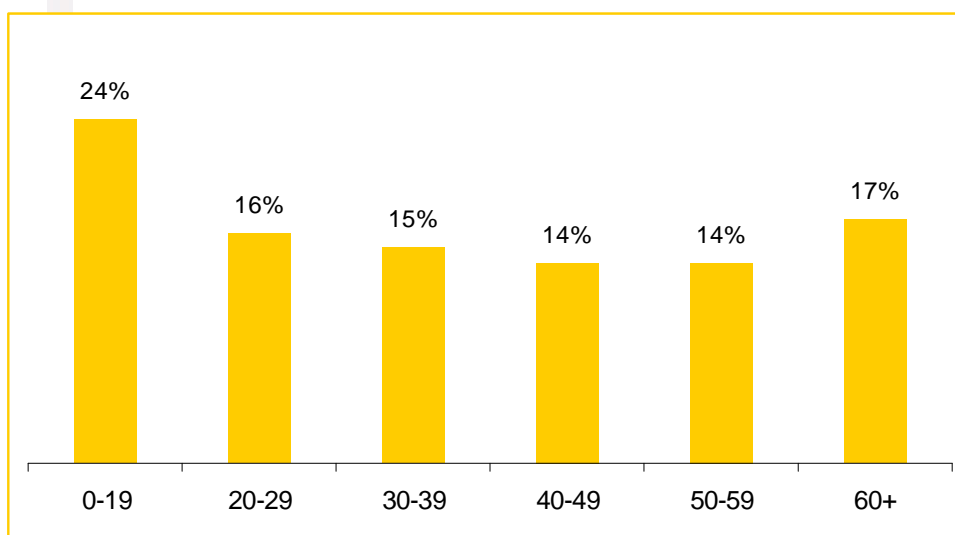
Este elevado incremento experimentado por el salario nominal anual medio se ha materializado en un notable aumento del poder adquisitivo y el consiguiente repunte del consumo de la población eslovaca.

Unido al incremento de los salarios, hay que destacar la controlada inflación de los últimos años - de 4,5% en 2006 y 2,8% en 2007¹³ -, que hace que el poder adquisitivo de la población eslovaca sea aún mayor.

Respecto a otros factores socio-demográficos, conviene mencionar que el porcentaje de población comprendida entre el rango de edad de entre 20 y 40 años, es de 31%, porcentaje bastante más elevado que en muchos países europeos.

Este grupo de edad es el que más sigue las tendencias de moda y mayor porcentaje de gasto dedica a la compra de ropa y calzado.

Pirámide poblacional 2007, Eslovaquia



Fuente: Economist Intelligence Unit, The Economist

¹³ Fuente: Banco Nacional Eslovaco.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Otras características del consumidor y el mercado eslovaco son las siguientes.

Tendencias actuales

- Preocupación por la imagen. El consumidor eslovaco y sobre todo la población joven de Bratislava y de los núcleos urbanos más importantes, es un consumidor preocupado por su aspecto y que a pesar del bajo nivel medio de ingresos, le gusta vestir y calzarse bien, cuida no sólo el calzado y el vestido sino también, la forma física, el pelo y el maquillaje en el caso de las mujeres.
- Seguimiento de las tendencias de la moda con una gran influencia de la moda italiana. Si bien la presencia italiana en Eslovaquia es significativa en todos los sectores debido entre otros motivos a su proximidad, esta situación se refuerza en los sectores relacionados con la moda como el textil y el calzado, para los que Italia es sinónimo de diseño, calidad y lujo .
- Entre los consumidores de mayor poder adquisitivo destaca la preferencia por el producto de marca sobre la relación calidad-precio.
- En relación con el nivel de vida y sueldo medio de la población (624 euros en 2007) sorprende el número de firmas extranjeras de calzado 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 adquisitiva.
- 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 calidad y comodidad. Esta tendencia es más acusada en los jóvenes con un nivel de ingresos medio-bajo que no pueden permitirse comprar calzado de firmas extranjeras, convirtiéndose en los principales clientes de los numerosos mercadillos.

- Preferencia por el producto extranjero en ropa y calzado, signo de calidad y distinción para el consumidor eslovaco.

Los consumidores en Eslovaquia adquieren productos importados puesto que perciben que es un producto de mayor calidad y el surtido de mercancías es mayor.

Lugares de compra

- El segmento de población con mayor nivel de ingresos suele comprar calzado de firmas internacionales en tiendas especializadas, tanto en centros comerciales como en las tiendas de reducido tamaño situadas en las calles más céntricas de las principales ciudades.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- El segmento de población con nivel de ingresos medio y con una preferencia por la relación calidad-precio por encima del seguimiento de la moda, compra también en grandes almacenes situados en la periferia de la ciudad, donde se venden restos de stock de calzado italiano.
- Por último, el segmento con menor nivel de ingresos suele comprar imitaciones y calzado chino en los mercadillos y tiendas de descuento.

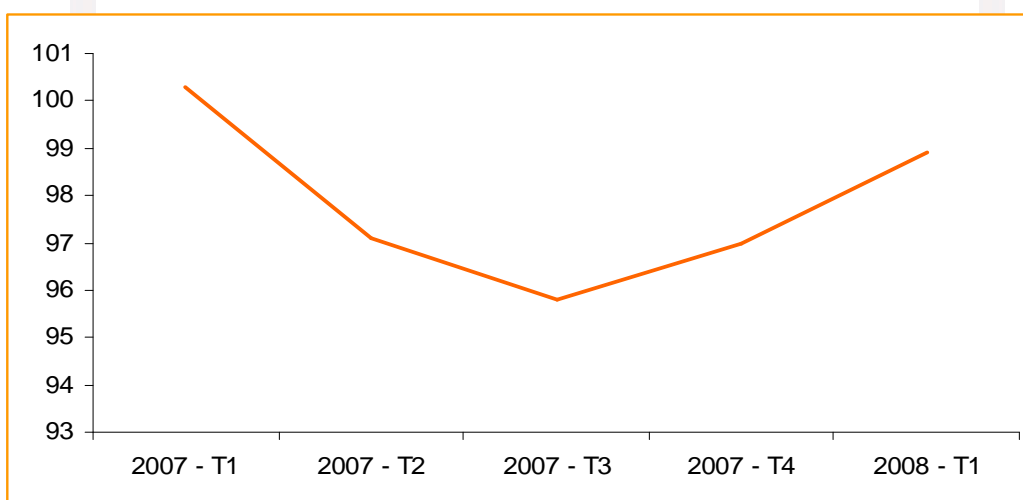
The image shows a large, light gray rectangular frame. Inside the frame, the word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The text is a light gray color, matching the frame.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los elementos que determinan los precios del calzado son fundamentalmente los costes materiales y laborales. En este sentido, la reestructuración llevada a cabo por las empresas productoras en Eslovaquia, consistente en el aumento de la productividad y la disminución de mano de obra, ha llevado a que los costes de producción hayan disminuido y se hayan mantenido unos precios de venta al público más o menos constantes.

Precios de producción de cuero y calzado en índices

2007 - T1	2007 - T2	2007 - T3	2007 - T4	2008 - T1
100,3	97,1	96	97	98,9



Fuente: Slovak Statistics

A pesar del esfuerzo por mantener los precios de venta en Eslovaquia, al igual que en otros países de la UE, algunos años no ha sido posible evitar la tendencia a la baja en relación con los precios de otros bienes.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Precios de consumo de cuero y calzado (índices) ¹⁴					
2002	2003	2004	2005	2006	2007
104,3	107,0	107,0	106,5	106,3	107,1

Fuente: Slovak Statistics

La disminución de los precios se ha debido en gran medida al aumento de las importaciones de calzado barato procedente del sudeste asiático y la proliferación de hipermercados en el país.

En el año 2001 el precio medio por un par de calzado importado era de 6,94 euros, mientras que en 2005 este precio medio había disminuido a 6,74 euros¹⁵.

De acuerdo con Eurostat, los precios finales de calzado en Eslovaquia están entre los más bajos de la Unión Europea. En particular, los precios del calzado infantil son bajos, mientras que el precio del calzado para mujer está dentro de la media de la UE.

Este patrón general es seguido por la mayoría de los países bálticos.

En cada canal, los márgenes comerciales y los precios que se aplican son diferentes, multiplicando desde 2,5 hasta 3,1 veces el precio del fabricante o importador.

Generalmente, los márgenes aplicados por los mayoristas del sector oscilan entre el 30 y 40% del precio de fabricación más transporte, mientras que los márgenes de los minoristas se sitúan entre el 55 y el 75%.

¹⁴ Índices de precios basados en el año 2000. Diciembre 2000 = 100.

¹⁵ Fuente: The footwear Market in the EU, CBI Market Survey.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos de origen español están bien considerados en el mercado eslovaco. A nivel general se puede decir que el calzado procedente de España se conoce y se asocia a estándares de calidad media-alta.

El consumidor eslovaco percibe el calzado español como un calzado duradero y cómodo, con buen diseño y una óptima relación calidad-precio.

No obstante, resulta aún algo desconocido en este mercado y posee mucha menos imagen de marca que el calzado italiano, con el que el calzado español compite.

Hay que añadir que los países asiáticos, en especial China, están consiguiendo cada vez mayor cuota de mercado en el sector, principalmente en el segmento de productos económicos y de menor calidad.

La llegada de las firmas de INDITEX al país ha aumentado de manera considerable el conocimiento de la moda española¹⁶. Estas grandes cadenas no solo distribuyen confección sino que también complementan su gama con calzado y complementos.

La buena acogida de estas grandes cadenas, que proyectan una imagen positiva del producto español, debe ser aprovechada por empresas de menor tamaño.

La participación en ferias y la organización de actividades de promoción de pequeñas empresas se va ver favorecida por la imagen de marca de estas grandes firmas.

¹⁶ En 2003 se producen las primeras aperturas de tiendas del Grupo Inditex en Eslovaquia.

VI. DISTRIBUCIÓN

El sector de la distribución en Eslovaquia se ha adaptado rápidamente al estilo occidental de supermercados, hipermercados y cadenas de distribución. La estructura de distribución heredada de la era comunista, consistente principalmente en pequeños comercios con productos muy estandarizados, se ha visto rápidamente amenazada por la competencia extranjera. Muchas cadenas de distribución europeas han invertido fuertemente en el mercado eslovaco de la distribución y han llegado a dominar el mercado. En general, en los últimos años, el sector de la distribución ha destacado especialmente por la proliferación de supermercados e hipermercados.

Los volúmenes de venta en estas grandes superficies -supermercados e hipermercados-, no han dejado de crecer, ganando cuota de mercado a los comercios tradicionales, por lo que se puede afirmar que, en líneas generales, la distribución de ropa y calzado se concentra cada vez más en las cadenas de distribución y grandes superficies, en detrimento del comercio minorista.

Para penetrar en el mercado eslovaco, la forma más recomendada es a través de un importador/distribuidor, ya que la figura del agente comercial es muy poco habitual en el país. Los importadores locales abastecen tanto a distribuidores más pequeños como a cadenas de hipermercados y supermercados, por lo que es el canal adecuado para llegar a todos los minoristas.

El cuero y calzado en Eslovaquia sigue la habitual ruta de distribución, de importadores a mayoristas y de éstos a distribuidores y consumidores finales.

Si se opta por distribuir a través de cadenas internacionales, hay que tener presente que en muchos casos las decisiones de compra se toman fuera de Eslovaquia, donde las cadenas tengan su sede.

En general, los circuitos de distribución son cortos. Las empresas de distribución concentran muchas veces las funciones de importador-distribuidor, lo que les permite ofrecer a los consumidores precios más interesantes conservando a su vez márgenes más importantes.

Es habitual la falta de especialización y el carácter "multiproducto" de los importadores/distribuidores, consecuencia del reducido tamaño del mercado. Si bien, en los últimos

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

años comienza a observarse una especialización creciente que lleva a que se demanden derechos de exclusividad si el producto interesa.

El mercado eslovaco es muy pequeño y está en gran medida saturado, por lo que el factor precio en determinados productos es un factor realmente importante. A pesar de que muchas personas en Eslovaquia compran en grandes superficies orientándose fundamentalmente por el factor precio, es conveniente mencionar que es creciente el porcentaje de población que, con un mayor poder adquisitivo, aprecia la calidad y está dispuesto a pagar por ella, siempre, por supuesto, atento a la relación calidad-precio.

Respecto a los minoristas de cuero y calzado que ponen a disposición el producto a los clientes finales, destacan los mercadillos o bazares locales, tiendas tradicionales y supermercados e hipermercados.

La cadena Bata domina el segmento de calzado y piel en Eslovaquia. Tiene tiendas propias situadas en las calles más comerciales de los centros de las ciudades y en los centros comerciales.

Mercadillos

Existen bastantes mercadillos en Eslovaquia. En ellos tiene salida la mayoría del calzado producido por la economía sumergida, de baja calidad e imitaciones de calzado deportivo de marcas como Nike, Puma o Adidas, además del calzado procedente de China.

Detallistas y tiendas especializadas

Es el canal de distribución elegido para el calzado de gama alta. Bien en tiendas de ropa y calzado o especializadas en calzado.

Son el tipo de tienda que posee algunas de las cadenas de distribución que se señalan en el apartado siguiente.

La gran distribución

En relación a los supermercados e hipermercados, se observa que, a pesar de su tamaño y capacidad de compra, las grandes cadenas se abastecen prácticamente de forma exclusiva a través de un importador-distribuidor.

Como ya se ha comentado anteriormente, esta figura es realmente importante, ya que puede colocar el producto en puntos de venta de todas las categorías: minoristas, cadenas de supermercados, etc.

Si bien es cierto que las grandes cadenas de distribución suelen abastecerse de un importador-distribuidor, hay veces que esto no sucede así. Este es el caso de la cadena británica TESCO, que tiene un gran poder de compra y negociación y algunas veces comercializa los productos importados con su propia marca.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

Algunas características que se pueden destacar de la gran distribución en Eslovaquia son las siguientes:

- Los 10 mayores minoristas en Eslovaquia han sumado algo más de 3.400 millones de euros en ingresos por ventas, unos ingresos que incrementaron un 14% en 2007 y 8% en 2006¹⁷. Este crecimiento se debe entre otros factores, al incremento del poder adquisitivo de las familias
- El 70% de esta suma ha sido generada por empresas internacionales, siendo NAY y CBA Slovakia las únicas cadenas de origen local.
- Más del 50% de las ventas minoristas se realizan en hipermercados y centros comerciales.
- El mayor incremento de ventas lo ha experimentado Tesco, que ha crecido un 35% respecto a 2006.
- Tesco es el mayor minorista en Eslovaquia por volumen de ventas. La compañía entró en el mercado eslovaco en 1996 con la adquisición de 5 tiendas. Desde entonces, se ha concentrado en abrir nuevos establecimientos de venta en tres formatos diferentes –hipermercados, hipermercados compactos y tiendas de menor tamaño-. En 2007 la compañía abrió 11 nuevos puntos de venta y dentro de sus planes de expansión, Tesco ha anunciado la apertura de 17 nuevos centros para 2008.
- Metro es el segundo mayor minorista y entró en el mercado en el año 2000.

Ventas de minoristas en Eslovaquia, 2007 (Mill €)

Empresa	Ventas
Tesco	1.104,9
Metro cash&carry	544,7
Billa	411,6
Kaufland	334,3
Ahold	247,6
NAY	185,7
CBA Slovakia	164,0
Lidl	151,7
BauMax SR	136,2
Labas	126,9

Fuente: Moderni Obhod, 2008

¹⁷ Fuente: "Retail in Central Europe, Market overview", Deloitte.

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

CENTROS COMERCIALES E HIPERMERCADOS

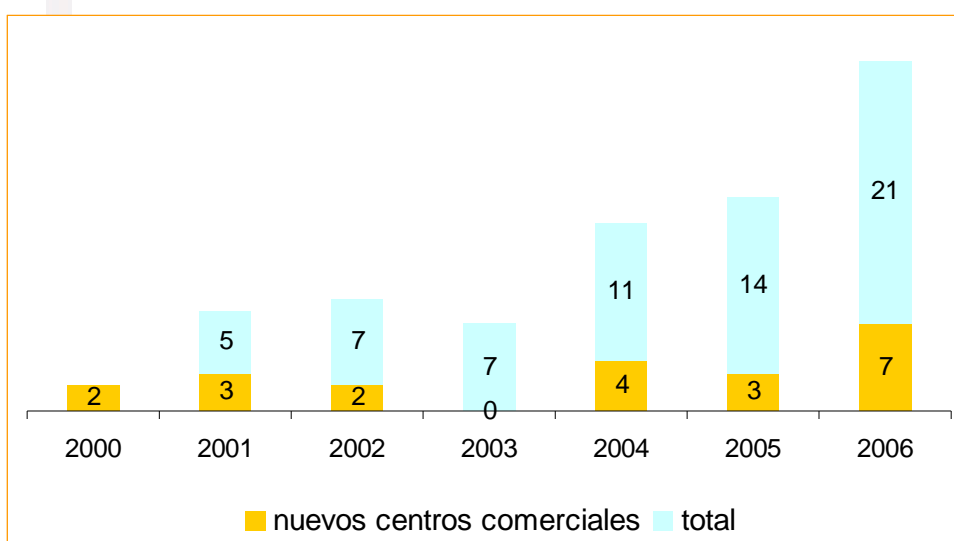
El desarrollo de nuevos y modernos centros comerciales e hipermercados en Eslovaquia ha experimentado un aumento significativo en el último año. Esto ha llevado consigo la aparición de nuevas tiendas detallistas que se instalan en los mismos y que da lugar a que la gama de ropa y calzado de moda ofertada en Eslovaquia haya incrementado significativamente en los últimos años.

A principios de 2007 en Eslovaquia había 21 centros comerciales y 61 hipermercados que alquilan parte de su espacio a tiendas donde se pueden encontrar prendas de vestir y calzado.

El intenso crecimiento del número de centros comerciales ha llevado a pasar de 14 a 21 centros entre 2005 y finales de 2006.¹⁸

Se prevé que la construcción de nuevos centros comerciales continúe en los próximos años, prestando especial atención a las capitales de las regiones.

Expansión de Centros Comerciales en Eslovaquia, 2000-2006

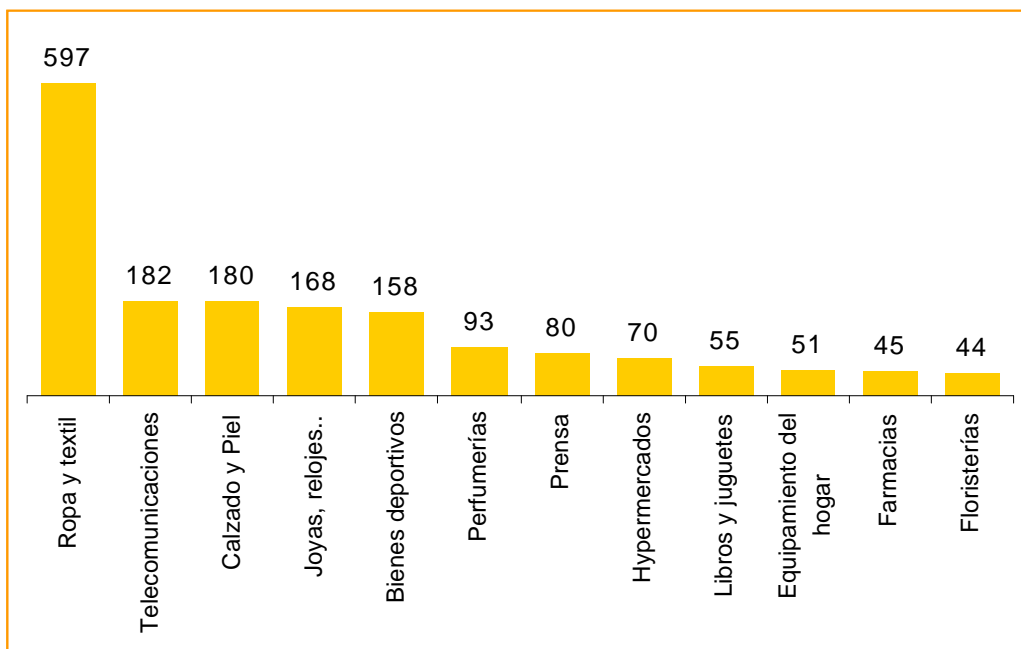


Fuente: GfK Slovakia

Dentro de los centros comerciales, el número de tiendas instaladas que se dedican a la venta al público, era de más de 1.785 a principios de 2007, lo que representa una media aproximada de 20 tiendas minoristas por centro comercial.

¹⁸ Fuente: GfK Slovakia, Shopping Centres and Hypermarkets, 2007.

Composición de los centros comerciales por tipos de tiendas



Fuente: GfK Slovakia

A pesar de ello, se ha de destacar una notable diferencia entre los centros comerciales. En el extremo se encuentra Aupark, en Bratislava, que aloja a 164 tiendas minoristas, y donde se han instalado diversas marcas del Grupo Inditex y Mango.

Si se analizan la composición de los centros comerciales del país, se observa que predominan las tiendas de moda; tanto de ropa y textil como de cuero y calzado.

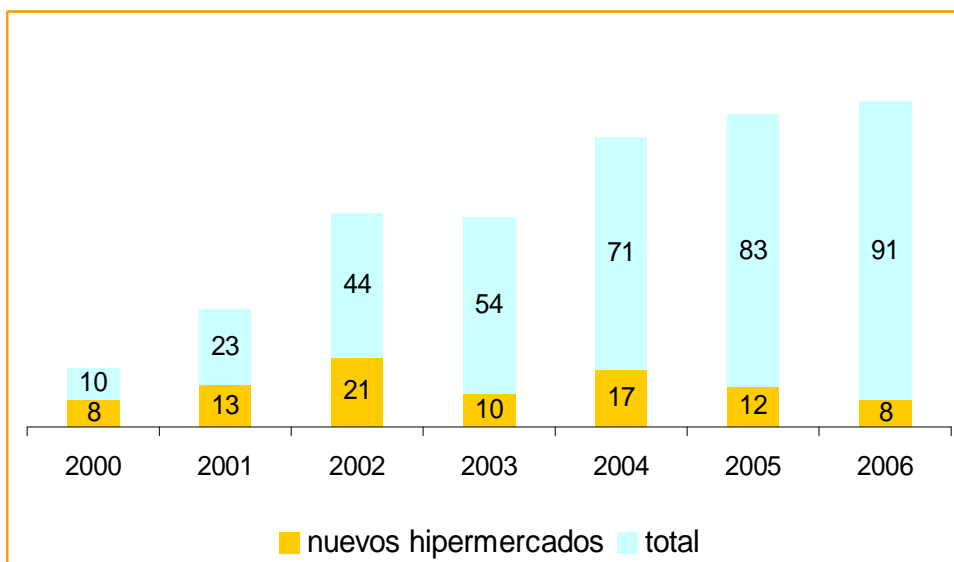
Respecto a los hipermercados, el número de estos ha pasado de 83 a 91 establecimientos en el último año.

Eslovaquia tiene la mayor saturación de hipermercados en Europa Central después de República Checa. A finales de 2006 el país contaba con aproximadamente 17 hipermercados por millón de habitantes¹⁹.

En términos de estructura regional, el mayor número de hipermercados por persona se encuentra en la ciudad de Piestany, seguido por Nove Zamky y Michalovce.

¹⁹ Fuente: Economist Intelligence Unit, The Economist.

Expansión de Hipermercados en Eslovaquia, 2000-2006



Fuente: GfK Slovakia

VENTAS ONLINE

Las ventas por Internet están en fase embrionaria y se concentran fundamentalmente en tiendas B2C online.

En 2007, los ingresos totales por ventas de los cuatro principales minoristas que operan a través de Internet, alcanzaron cerca de 36 millones de euros, con un total de 190.000 ventas.

Los principales agentes que realizan ventas online son los siguientes:

- hej.sk
- mall.sk
- martinus.sk
- pelicantravel.com

Es conveniente destacar que más de una cuarta parte de las ventas se realizaron en la región de Bratislava.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Desde la incorporación de Eslovaquia a la Unión Europea en mayo de 2004, y la consiguiente pertenencia al denominado Mercado Único Europeo, todos los productos originados en países de la UE están exentos de gravámenes. La legislación europea estipula claramente la libre circulación de mercancías en el mercado interior.

Las licencias para la exportación de estos productos son automáticas y no hay ningún tipo de restricción fitosanitaria.

Respecto a los requerimientos de empaquetado y embalaje, Eslovaquia sigue la directiva de la UE 94/62/EC²⁰, cuyo objetivo es disminuir el impacto de los embalajes utilizados en el medio ambiente. En resumen, esta directiva pretende hacer reducir el embalaje del producto al mínimo necesario que garantice una protección mínima para el calzado.

En relación al uso de tintes, Eslovaquia ha implementado la directiva 2002/61/EC.

El calzado se grava con el tipo de IVA general del 19%, sin que existan otros tipos de gravámenes tributarios sobre este producto.

²⁰ En la Comisión Europea, <http://eur-lex.europa.eu/>, se puede descargar el texto completo de las Leyes mencionadas sobre “Packaging and packaging waste” y “Azo dyes in textile and leather articles”.

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

La Oficina Comercial de España en Bratislava dispone de un listado completo de importadores y distribuidores de calzado en Eslovaquia, así como los productores implantados en el país. Se puede solicitar por correo electrónico en la dirección: bratislava@mcx.es.

2. FERIAS

En Eslovaquia se celebran numerosas ferias de carácter regional e internacional, entre las que se destaca las que aparecen a continuación.

Los informes completos de las ferias están disponibles en el portal de ICEX (www.icex.es) y en la página web de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bratislava (www.oficinascomerciales.es).

- **TRENCÍN THE TOWN OF FASHION** (parte primaveral), (del 28 al 29 de febrero de 2008)

Výstavisko TMM, a.s., Expo Center a.s.

Pod Sokolicami 43, 911 01 Trencín

República Eslovaca

Tel. (00421) 32 7432 388

Fax (00421) 32 7432 388

E-mail: petkova@expocenter.sk

Página web: <http://www.tmm.sk>

EL MERCADO DEL CUERO Y CALZADO EN ESLOVAQUIA

- **LEDERMORE** (parte primaveral), (del 27 al 29 de febrero de 2008)
Incheba Bratislava Exhibition and Congress Centre
Viedenská cesta 3-7, 851 01 Bratislava
Eslovaquia
Tel. (00421) (0) 2 6727 2138
Fax (00421) (2) 2 6727 2201
E-mail: incheba@incheba.sk
Página web: <http://www.incheba.sk>

- **LEDERMORE** (parte otoñal), (del 2 al 4 de septiembre de 2008)
Incheba Bratislava Exhibition and Congress Centre
Viedenská cesta 3-7, 851 01 Bratislava
Eslovaquia
Tel. (00421) (0) 2 6727 2138
Fax (00421) (2) 2 6727 2201
E-mail: incheba@incheba.sk
Página web: <http://www.incheba.sk>

- **Children´s World** (Moda infantil), (del 3 al 5 de septiembre de 2008)
Výstavisko TMM, a.s., Expo Center a.s.
Pod Sokolicami 43, 911 01 Trenčín
República Eslovaca
Tel. (00421) 32 7432 388
Fax (00421) 32 7432 388
E-mail: petkova@expoctrer.sk
Página web: <http://www.tmm.sk>

- **TRENCÍN THE TOWN OF FASHION** (parte otoñal), (del 3 al 5 de septiembre de 2008)
Výstavisko TMM, a.s., Expo Center a.s.
Pod Sokolicami 43, 911 01 Trenčín
República Eslovaca
Tel. (00421) 32 7432 388

Fax (00421) 32 7432 388

E-mail: petkova@expocenter.sk

Página web: <http://www.tmm.sk>

- **INTERBEAUTY** (del 25 al 27 de septiembre de 2008)

Incheba Bratislava Exhibition and Congress Centre

Viedenská cesta 3-7, 851 01 Bratislava

Eslovaquia

Tel. (00421) (0) 2 6727 2138

Fax (00421) (2) 2 6727 2201

E-mail: incheba@incheba.sk

Página web: <http://www.incheba.sk>

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

MÓDA REVEU

Expa group, s.r.o.

Jelsová 3, 831 01 Bratislava, República Eslovaca

Tlf.: +421 2 5479 2044

Fax: +421 2 5479 2045

E-mail: info@modarevue.sk

Website: <http://modarevue.baopub.sk>

MAXI FASHION

Ramzed Ltd., CZE y Nosferat Ltd.

Tlf.: +421 35 7714 105

Fax: +421 35 7713 673

E-mail: baginova@maxifashion.cz

Website: <http://www.maxifashion.cz>

4. ASOCIACIONES

Association of Leather and Shoe industries of the Slovak Republic

Presidente Ejecutivo: Stefan Sulo

Nobelova 18, 831 02 Bratislava, República Eslovaca

Tlf.: +421 33 550 12 82

Fax: +421 33 550 12 82

E-mail: zkop@zkop.sk

Website: <http://www.zkop.sk>

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Embajada de España en Eslovaquia

Dirección: Prepostska, 10, 811 01 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5441 57 24/26

Fax: 00421 2 5441 75 65/57

E-mail: embespsk@mail.mae.es

Oficina Comercial de España en Eslovaquia

Dirección: Prepostska, 10, 811 01 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5441 57 30

Fax: 00421 2 5441 58 30

E-mail: bratislava@mcx.es

Ministerio de Agricultura Eslovaco

Dirección: Dobrovicova 12, 812 66, Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5926 63 01

Fax: 00421 2 5926 6311

E-mail: tlacove@land.gov.sk

Cámara de Comercio de Eslovaquia

Dirección: Gorkého 9, 816 03 Bratislava

Teléfono: 00421 2 5443 32 91

Fax: 00421 2 5413 11 59

E-mail: sopkurad@sopk.sk

Agencia Eslovaca para la inversión (Sario)

Dirección: Martinčekova 17 821 01 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 58 260 100-101

Fax: 00421 2 58 260 109

E-mail: sario@sario.sk

Oficina Eslovaca de estadística

Dirección: Mileticova 3, 824 67 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 50 236 111

Fax: 00421 2 55 561 350

Banco Nacional de Eslovaquia

Oficina local de Bratislava

Dirección: Tomasikova 28^a, 820 09 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 43 338 867

Fax: 00421 2 43 333 325

Ministerio de Finanzas Eslovaco

Stefanovicova 5, P.O. BOX 82, 817 82 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5951111

Fax: 00421 2 5249 8042

E-mail: podatelna@mfsr.sk

6. BIBLIOGRAFÍA

- Association of Leather and Shoe industries of the Slovak Republic, <http://www.zkop.sk>
- Oficina Nacional de Estadística de Eslovaquia, www.statistics.sk
- Banco Nacional de Eslovaquia, www.nbs.sk
- The Slovak Spectator, www.spectator.sk
- Trend, www.etrend.sk
- Instituto de Comercio Exterior de España, www.icex.es
- Ministry of Finance of the Slovak Republic, <http://www.finance.gov.sk>
- Agencia Tributaria Eslovaca, <https://www.drsr.sk/drsr/english>
- Central Europe Retail Update, Biweekly News Review Issue No. 5, 26 de febrero de 2008, PMR Publications
- *The Footwear market in Slovakia, 2007*, CBI Market Information Database
- *The Footwear market in the EU, 2007*, CBI Market Information Database
- Market Services, www.emarketservices.es
- *Clothing and footwear in Slovakia, 2005*, www.euromonitor.com.
- *The Footwear market in Slovakia, 2007*, CBI Market Information Database
- *Slovakia: Consumer goods and retail forecast, 2007*, Economist Intelligence Unit
- *Country Report on Perfectlink survey on Competitiveness – Slovakia, 2005*
- Economist Intelligence Unit, Industry Briefing Slovakia.
- Centro de Información en Internet, <http://www.shoeinfonet.com>
- Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>
- CEERetail.com, <http://www.ceeretail.com>