

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Kiev

Notas Sectoriales

El mercado de calzado en Ucrania

ICEX

El mercado de calzado en Ucrania

Esta nota ha sido elaborada por Nice López Gómez bajo la supervisión Pablo Ruibal, analista de mercado de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kiev

Diciembre 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	3
I. DEFINICION DEL SECTOR	3
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	3
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	6
3. Importaciones	7
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	19
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	21
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	23
VI. DISTRIBUCIÓN	24
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	27
VIII. ANEXOS	30
1. Ferias	30
2. Publicaciones del sector	31
3. Asociaciones	34
4. Otras direcciones de interés	35

CONCLUSIONES

Ucrania, con una población de casi 45 700 000 habitantes constituye el mayor mercado de toda la Comunidad de Estados Independientes después de Rusia. La capital Kiev (casi 4 millones) es su centro de consumo más importante, existiendo otras ciudades con más de un millón de habitantes: Odesa, Donetsk, Dnepropetrovsk, Lviv y Karkhiv.

Ucrania es considerado un mercado con un gran potencial de desarrollo para el calzado debido a la modernización de las pautas de consumo del ucraniano medio (sobre todo en ciudades); la incipiente formación de una clase media; la gran preocupación de los ciudadanos por su apariencia (especialmente mujeres, que son el 54% de la población) que dedica un porcentaje creciente de su renta al gasto en ropa y calzado (5,6% en 2009); el desarrollo del segmento retail y el mercado inmobiliario, aumentando la oferta de locales comerciales; no saturación del mercado.

El mercado local está claramente segmentado: calzado de gama baja, muy competitivo, donde las importaciones de China están desplazando y perjudicando a la industria local (en retroceso); calzado de gama media y alta, todavía no saturado, con protagonismo italiano y alemán, en menor medida. Las exportaciones de calzado español a Ucrania muestran una tendencia creciente y proceden casi en su totalidad de la Comunidad Valenciana y Baleares. Para el segmento bajo, el precio es el factor de compra decisivo; para el medio alto, la calidad y el diseño.

El canal de distribución es relativamente corto: el calzado de gama baja se importa y distribuye principalmente a mercados abiertos *rynok*, mientras las propias boutiques de calzado del segmento alto y las cadenas de tiendas realizan la importación de sus colecciones, que eligen en ferias internacionales como Milán, Dusseldorf o Madrid.

En general, la forma escogida de entrada en el mercado ucraniano es el importador o agente local debido a la compleja logística, falta de transparencia de las aduanas y otros trámites administrativos. La elección de un socio local con suficiente y adecuada experiencia en estas cuestiones es determinante a la hora de distribuir con éxito el calzado español en Ucrania.

I. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota analiza el sector de calzado en Ucrania. El análisis comprende tanto calzado femenino como masculino e infantil. El objetivo de esta nota es dar a conocer las oportunidades que ofrece el mercado ucraniano de calzado incluyendo zapatos con suelas y parte superior de caucho o plástico, zapatos con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural, calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior de materias textiles; y los demás tipos de calzado.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Los productos del sector objeto de estudio se encuentran recogidos en el capítulo 64 de la clasificación arancelaria del Código Armonizado (Código HS): “Calzado, polainas, botines y artículos análogos; Partes de esos artículos”:

CODIGO ARAN- CELARIO	DESCRIPCIÓN
64.01	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares
64.02	Los demás calzados con suelas y parte superior de caucho o plástico
64.03	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural
64.04	Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior de materias textiles
64.05	Los demás calzados

Fuente: Taric (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=ES)

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

INDICADOR DE CONSUMO APARENTE (Millones de pares)

	2004	2005	2006	2007	Crecimiento periodo
Producción	21,7	20,5	21,1	27,4	26,27%
+ Importaciones	113,2	138,6	142,2	173,6	53,36%
- Exportaciones	10,9	10,1	10,9	23,2	112,84%
Indicador de consumo aparente	124	149	152,4	177,8	43,39%

Fuente: Asociación Ucraniana de Marroquinería y Calzado

Los datos disponibles para calcular el consumo aparente van desde 2004 a 2007 donde tanto la producción como las importaciones y exportaciones han ido en crecimiento constante. El crecimiento de la producción en Ucrania se debe a la subcontratación de empresas ucranianas por parte de empresas europeas lo que también ha afectado al incremento de las exportaciones. Durante el 2007 aumentaron las importaciones gracias a la apertura de numerosas tiendas en nuevos centros comerciales incrementando la oferta de calzado importado.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Ucrania cuenta con unas 500 empresas de distinto tamaño dedicadas a la fabricación de calzado situadas en Dnepropetrovsk, Zhytomir, Uzhgorod, Kharkiv y Brovary (principal centro de fabricación que supone el 25% de la producción nacional, próxima a Kiev) totalizando casi 20 millones de pares de zapatos en 2009.

INDICADOR DE LA PRODUCCIÓN (Millones de pares)

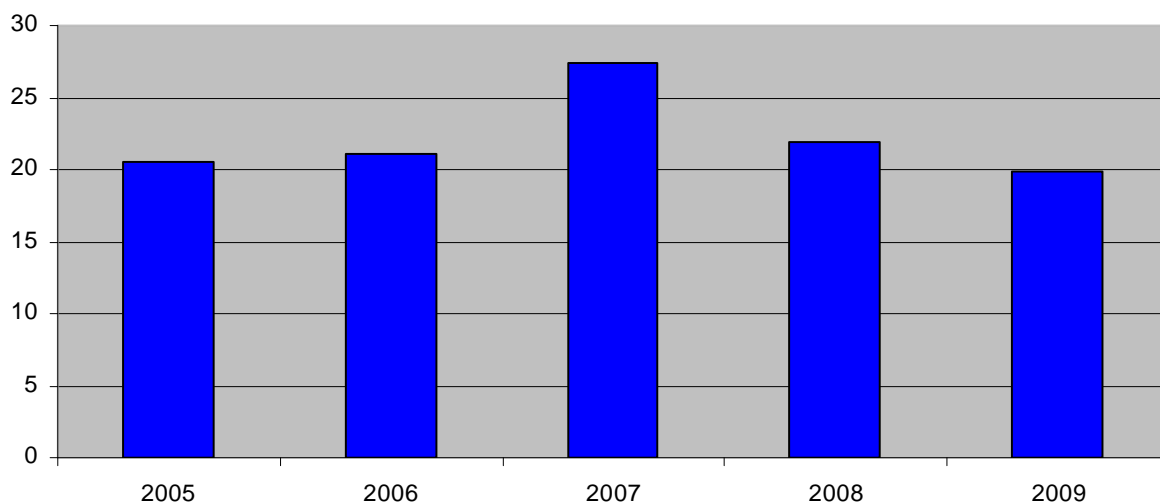
2005	2006	2007	2008	2009
20,5	21,1	27,4	21,5	19,8

Fuente: Asociación Ucraniana de Marroquinería y Calzado(2005-2008) y State Statistics Comité of Ukraine(2009)

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

PRODUCCIÓN DEL CALZADO EN UCRANIA

(Millones de pares)



Fuente: State Statistics Comité of Ukraine y la Asociación Ucraniana del Calzado y la Marroquinería

La producción nacional de calzado de gama media es subcontratada en muchos casos por otros fabricantes europeos que les suministran la materia prima y diseños, orientándose por tanto a la exportación (Italia como principal destino; pero también Polonia, Rusia, Alemania, etc.). Así, en Ucrania existen una veintena de empresas italianas o Joint ventures ucraniano – italianas. Posiblemente, parte del producto final subcontratado en Ucrania termina en el propio mercado local como producto europeo.

No obstante, gran parte de la producción de calzado se dirige al segmento medio - bajo del mercado (una parte se exporta a países CEI) y se ha visto muy perjudicada por el aumento de importaciones chinas, muy competitivas en precio. Esto ha sido así, pese al esfuerzo de los distribuidores locales por colaborar con los fabricantes locales y atender mejor así la demanda interna i.e. conseguir una mayor flexibilidad de la producción local.

El reconocimiento del “made in Italy” como sinónimo de calidad, diseño y buena imagen ha provocado la aparición de muchas imitaciones y que muchas marcas ucranianas pongan nombres italianos a sus colecciones. Las empresas asiáticas, principalmente chinas, también actúan de igual modo para introducir su calzado en el mercado local.

3. IMPORTACIONES

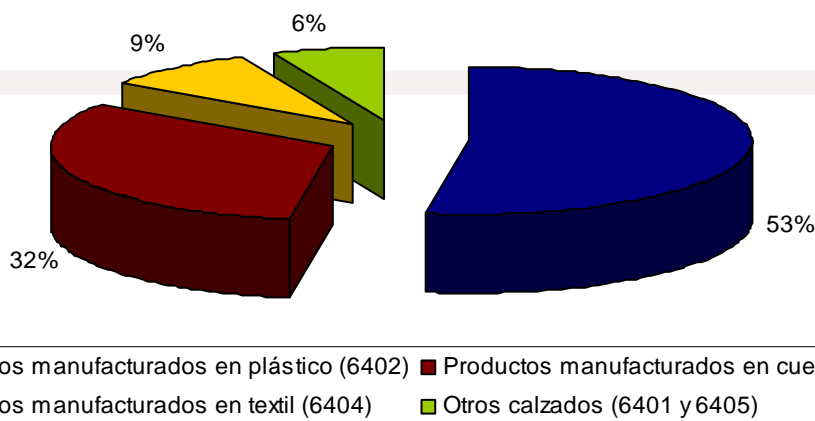
El calzado extranjero ocupa gran parte del mercado ucraniano de calzado. Los zapatos europeos se colocan en los segmentos medio y alto, hay preferencia por calzado italiano. Los fabricantes polacos y alemanes también están reforzando su posición en el mercado pero en un segmento medio. Con respec-

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

to al calzado de menor calidad, tienen mucha representación los zapatos procedentes de China, Turquía, Rusia, Bielorrusia, Vietnam, Tailandia y también de los fabricantes locales.

El primer país proveedor de calzado a Ucrania es China. No obstante, hay que tener en cuenta que en muchos casos las empresas que exportan de China a Ucrania son fabricantes europeos que disponen de fábricas en Asia. Hay que destacar que durante el 2008 aumentó las importaciones de china en más de un 100% respecto al 2007.

IMPORTACIONES UCRANIANAS DE CALZADO EN 2008



Fuente: Comtrade

Las siguientes tablas reflejan las importaciones ucranianas del calzado del año 2004 al 2008. Como se puede observar, en casi todos los años destacan las importaciones de China. También, tanto Italia como Rusia, aunque no siempre estén entre los 5 principales países proveedores de calzado a Ucrania, en la mayoría de los casos se encuentran en el TOP 5.

Las siguientes tablas reflejan las importaciones ucranianas de calzado (partida 6401) expresadas en miles de dólares americanos, para los años 2004-2008, ya que no están disponibles los datos para el 2009, así como la correspondiente cuota de importación para cada país.

AÑO 2004. PARTIDA 6401

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
Bielorrusia	938,8	72,49%
Rusia	285,26	22,03%
China	39,53	3,05%
Canadá	8,85	0,68%
Eslovaquia	5,98	0,46%
Total TOP 5	1.278,42	98,71%
Resto	16,74	1,29%
Total importaciones	1.295,16	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

AÑO 2005. PARTIDA 6401

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
Bielorrusia	941,18	44,91%
Rusia	656,07	31,31%
China	357,12	17,04%
Turquía	53,03	2,53%
Italia	24,02	1,15%
Total TOP 5	2.031,43	96,94%
Resto	64,18	3,06%
Total importaciones	2.095,61	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2006. PARTIDA 6401

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
Rusia	956,78	42,87%
Bielorrusia	804,17	36,03%
China	392,59	17,59%
Italia	31,47	1,41%
Bélgica	14,59	0,65%
Total TOP 5	2.199,59	98,55%
Resto	32,28	1,45%
Total importaciones	2.231,87	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2007. PARTIDA 6401

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
Bielorrusia	762,59	44,04%
Rusia	743,280	42,93%
China	97,793	5,65%
Italia	78,590	4,54%
Bélgica	19,446	1,12%
Total TOP 5	1.701,693	98,27%
Resto	29,878	1,73%
Total importaciones	1.731,571	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2008. PARTIDA 6401

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
Rusia	1.320,96	47,72%
Bielorrusia	779,47	28,16%
China	356,00	12,86%

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Italia	128,11	4,63%
Suiza	55,32	2,00%
Total TOP 5	2.639,86	95,36%
Resto	128,53	4,64%
Total importaciones	2.768,39	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

Las siguientes tablas reflejan las importaciones ucranianas de calzado (partida 6402) expresadas en miles de dólares americanos, para los años 2004-2008, así como la correspondiente cuota de importación para cada país.

AÑO 2004. PARTIDA 6402

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	3.979,75	68,13%
Brasil	377,03	6,45%
Vietnam	307,02	5,26%
Italia	305,92	5,24%
Rumania	182,77	3,13%
Total TOP 5	5.152,49	88,21%
Resto	688,72	11,79%
Total importaciones	5.841,21	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2005. PARTIDA 6402

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	139.085,00	95,64%
Turquía	1.730,82	1,19%
Siria	1.444,36	0,99%
Vietnam	797,61	0,55%
Rumania	452,83	0,31%
Total TOP 5	143.510,63	98,68%
Resto	1.917,41	1,32%
Total importaciones	145.428,04	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2006. PARTIDA 6402

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	120.852,61	94,8%
Siria	1.603,88	1,26%
Vietnam	1.370,9	1,08%
Tailandia	645,52	0,51%
Brasil	511,4	0,4%

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Total TOP 5	124.984,3	98,04%
Resto	2.503,82	1,6%
Total importaciones	127.488,12	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2007. PARTIDA 6402

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	70,915,53	93,49%
Vietnam	1,248,33	1,65%
Tailandia	694,71	0,92%
Brasil	472,33	0,62%
Indonesia	361,57	0,48%
Total TOP 5	73.692,46	97,15%
Resto	2.160,15	2,85%
Total importaciones	75,852,61	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2008. PARTIDA 6402

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	230.965,76	92,73%
Siria	6.229,88	2,50%
Vietnam	2.870,26	1,15%
Turquía	2.372,62	0,95%
Indonesia	1.241,83	0,50%
Total TOP 5	243.680,35	97,84%
Resto	5.380,61	2,16%
Total Importaciones	249.060,96	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

Las siguientes tablas reflejan las importaciones ucranianas de calzado (partida 6403) expresadas en miles de dólares americanos, para los años 2004-2008, así como la correspondiente cuota de importación para cada país.

AÑO 2004. PARTIDA 6403

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	3.531,24	31,32%
Italia	1.069,76	9,49%
Rusia	987,95	8,76%
Brasil	804,39	7,14%
Portugal	762,18	6,76%
Total TOP 5	7.155,25	63,47%
Resto	4.117,76	36,53%

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Total importaciones	11.273,01	100%
----------------------------	------------------	-------------

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2005. PARTIDA 6403

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	36.060,19	68,78%
Italia	3.962,38	7,56%
Turquía	1.896,31	3,62%
Vietnam	1.095,62	2,09%
Siria	1.041,72	1,99%
Total TOP	44.056,22	84,03%
Resto	8.372,94	15,97%
Total importaciones	52.429,16	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2006. PARTIDA 6403

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	39.004,20	61,83%
Vietnam	5.064,76	8,03%
Italia	3.997,77	6,34%
Indonesia	1.819,48	2,88%
Brasil	1.606,06	2,55%
Total TOP 5	51.492,27	81,63%
Resto	11.591,67	18,37%
Total importaciones	63.083,94	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2007. PARTIDA 6403

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	35.172,38	52,1%
Vietnam	6.617,13	9,8%
Italia	6.057,99	8,97%
Indonesia	3.793,98	5,62%
Alemania	2.819,56	4,18%
Total TOP 5	54.461,04	80,67%
Resto	13.047,99	19,33%
Total importaciones	67.509,03	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

AÑO 2008. PARTIDA 6403

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	94.639,18	62,14%
Vietnam	10.415,96	6,84%
Italia	10.331,54	6,78%
Indonesia	6.434,45	4,23%
Turquía	6.328,42	4,16%
Total TOP 5	128.149,55	84,15%
Resto	24.140,21	15,85%
Total Importaciones	152.289,76	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

Las siguientes tablas reflejan las importaciones ucranianas de calzado (partida 6404) expresadas en miles de dólares americanos, para los años 2004-2008, así como la correspondiente cuota de importación para cada país.

AÑO 2004. PARTIDA 6404

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	2.435,93	72,09%
Vietnam	235,37	6,97%
Indonesia	189,96	5,62%
Rusia	152,47	4,51%
Tailandia	66,79	1,98%
Total TOP 5	3.080,52	91,16%
Resto	298,71	8,84%
Total importaciones	3.379,23	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2005. PARTIDA 6404

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	27.154,31	90,67%
Turquía	659,35	2,2%
Indonesia	406,26	1,36%
Vietnam	402,14	1,34%
Rusia	312,59	1,04%
Total TOP 5	28.934,65	96,61%
Resto	1.014,45	3,39%
Total importaciones	29.949,1	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2006. PARTIDA 6404

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
--------------------------------	--------------	------------

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

China	27.821,92	89,06%
Vietnam	1.415,81	4,53%
Italia	782,88	2,51%
Indonesia	209,81	0,67%
Tailandia	160,77	0,51%
Total TOP 5	30.391,18	97,28%
Resto	849,62	2,72%
Total importaciones	31.240,8	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2007. PARTIDA 6404

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	19.630,06	84,41%
Vietnam	1.146,59	4,93%
Italia	1.073,32	4,62%
Tailandia	301,75	1,3%
Alemania	209,68	0,9%
Total TOP 5	22.361,39	96,16%
Resto	893,18	3,84%
Total importaciones	23.254,57	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2008. PARTIDA 6404

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	33.441,19	78,47%
Polonia	3.638,48	8,54%
Vietnam	2.196,9	5,15%
Indonesia	0.867,83	2,04%
Italia	0.663,26	1,56%
Total TOP 5	40.807,66	95,75%
Resto	1.810,79	4,25%
Total Importaciones	42.618,45	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

Las siguientes tablas reflejan las importaciones ucranianas de calzado (partida 6405) expresadas en miles de dólares americanos, para los años 2004-2008, así como la correspondiente cuota de importación para cada país.

AÑO 2004. PARTIDA 6405

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	1.766,20	88,15%
Rusia	71,28	3,56%

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Hungría	27,01	1,35%
Turquía	26,78	1,34%
China, Hong Kong SAR	24,50	1,22%
Total TOP 5	1.915,77	95,62%
Resto	87,92	4,38%
Total importaciones	2.003,69	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2005. PARTIDA 6405

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	21.737,08	94,17%
Turquía	518,68	2,25%
Rusia	264,83	1,15%
Siria	203,71	0,88%
Irán	137,57	0,6%
Total TOP 5	22.861,87	99,04%
Resto	221,38	0,96%
Total importaciones	23.083,25	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2006. PARTIDA 6405

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	13.021,14	89,95%
Turquía	870,56	6,01%
Rusia	141,4	0,98%
Irán	123,12	0,85%
Italia	92,55	0,64%
Total TOP 5	14.248,77	98,43%
Resto	226,9	1,57%
Total importaciones	14.475,67	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2007. PARTIDA 6405

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	10.375,1	90,97%
Turquía	611,27	5,36%
Italia	71,84	0,63%
Noruega	51,89	0,45%
Siria	50,82	0,45%
Total TOP 5	11.160,9	97,86%
Resto	244,62	2,14%

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Total importaciones	11.405,52	100%
----------------------------	------------------	-------------

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

AÑO 2008. PARTIDA 6405

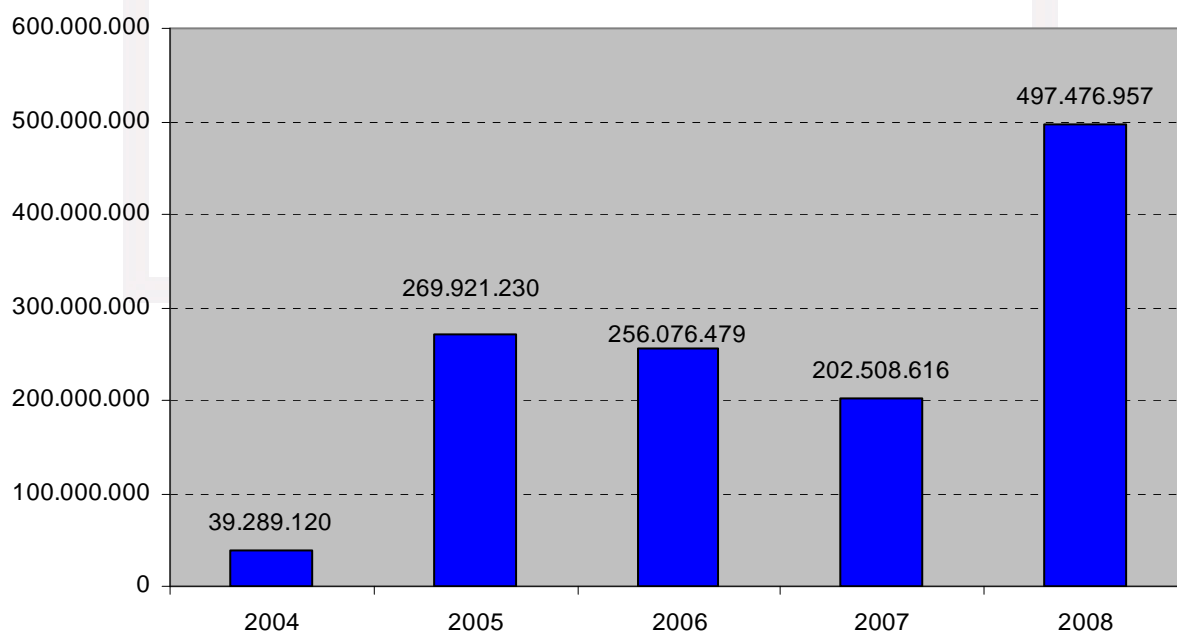
PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	Miles de USD	PORCENTAJE
China	24.327,8	90,28%
Turquía	800,86	2,97%
Polonia	601,724	2,23%
Rusia	332,252	1,23%
Siria	330,46	1,23%
Total TOP 5	26.393,1	97,95%
Resto	552,748	2,05%
Total Importaciones	26.945,85	100%

Fuente: base de datos de las Naciones Unidas: comtrade.un.org

Como se puede apreciar en las tablas de principales países proveedores y en el gráfico, Evolución de las Importaciones Ucranianas desde 2004 A 2008, que presentamos a continuación, las importaciones de calzado son contracíclicas. Esto es debido a que el aumento de demanda interna hasta 2008 estimuló la producción nacional, manteniendo las importaciones estables, en cambio en el comienzo de la crisis (octubre 2008) impulsó las compras de calzado más económico de Asia, que tuvo un impacto negativo en la producción nacional.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES UCRANIANAS DESDE 2004 A 2008

(En USD)



EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Fuente: Datos de Comtrade

Las importaciones ucranianas de calzado de España han mostrado a lo largo de los 5 últimos años una clara tendencia expansiva pero durante el 2009 ha disminuido el número de importaciones debido a la crisis global.

En especial destacan las exportaciones de calzado realizadas por la Comunidad Valenciana, centro de la industria del calzado español, llegando a alcanzar 1.928.900 euros en el año 2009, comparado con 2.590.200 euros en 2008, lo cual supone que las exportaciones han disminuido en un 25,5% debido a la crisis económica.

Se ha realizado una tabla comparativa donde aparecen los datos de las exportaciones de 2008 y de 2009.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CALZADO A UCRANIA

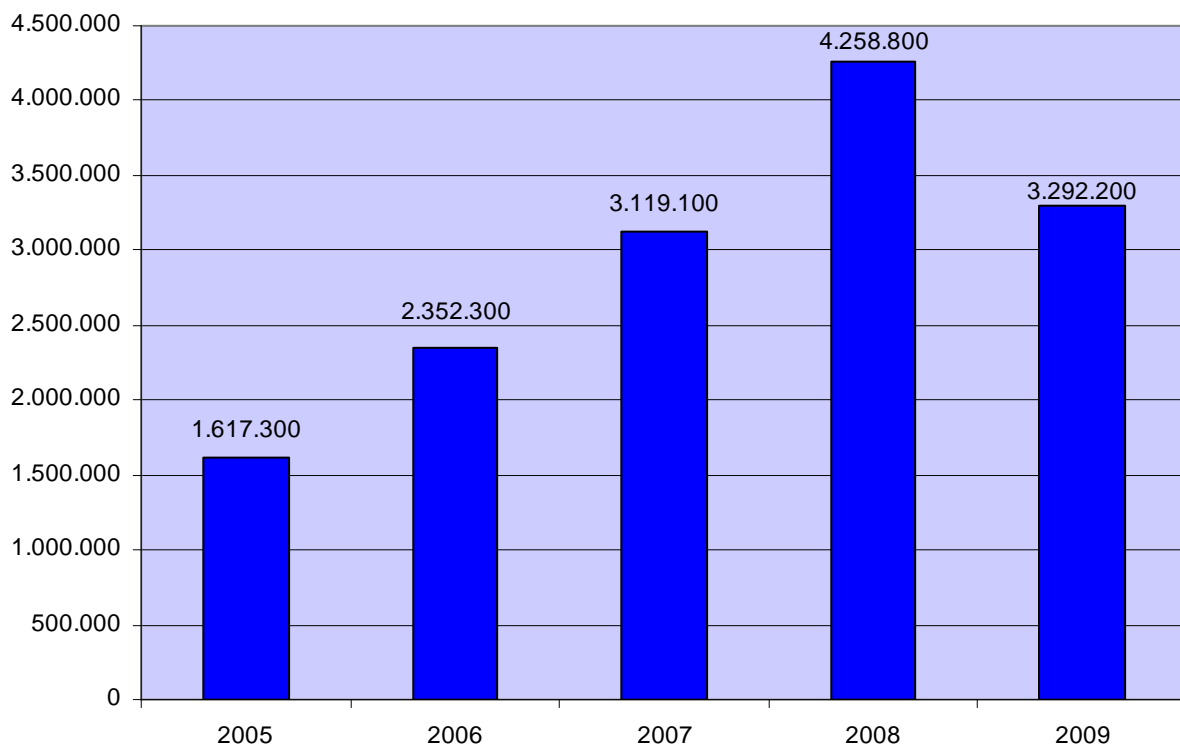
Año	2009		2008	
	Valor (Miles de euros)	Porcentaje	Valor (Miles de euros)	Porcentaje
Autonomías				
Comunidad Valenciana	1.928,90	59%	2.590,20	61%
Baleares	718	22%	880,3	21%
Castilla La Mancha	413,4	13%	372,7	9%
Cataluña	118,2	4%	222,7	5%
La Rioja	87,1	3%	146,3	3%
Andalucía	14,6	0%	2,6	0%
Navarra	0	0%	26,7	1%
Aragón	11,7	0%	8,2	0%
Madrid	0	0%	8,6	0%
País Vasco	0	0%	0,5	0%
Total	3.292,20	100%	4.258,80	100%

Fuente: Base de datos de comercio exterior de Plan Cameral.

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

EVOLUCIÓN ANUAL DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CALZADO A UCRANIA

Fuente: Base de datos de comercio exterior de Plan Cameral.



ICEA

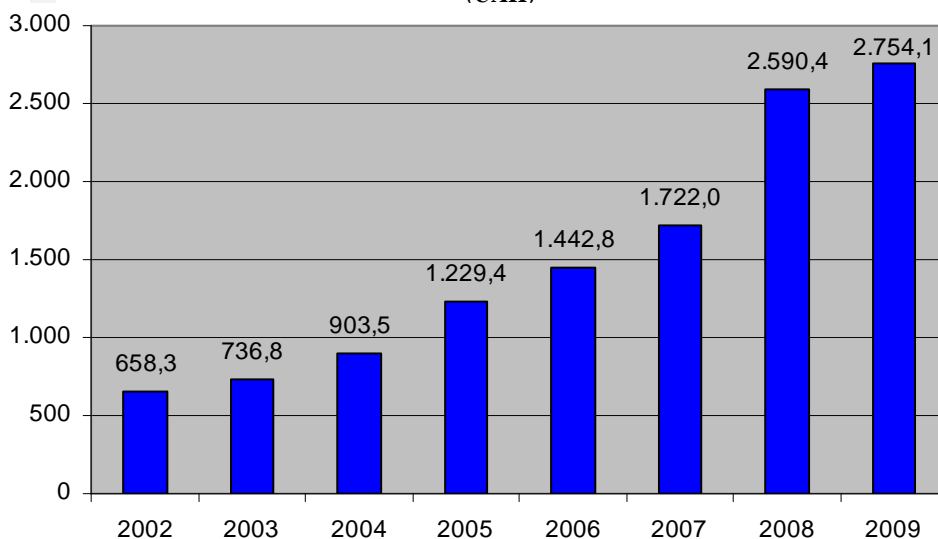
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Ucrania, con una población de 45 700 000 habitantes constituye el mayor mercado de toda la Comunidad de Estados Independientes, después de Rusia. La mayor parte de la población (68%) se concentra en ciudades.

La capital Kiev es la ciudad más poblada, con 2.765.000 habitantes. La siguen Kharkiv con 1.365.000 habitantes, Dnepropetrovsk con 1.009.000, Odesa con 974.000 y Donetsk con 958.000. Ucrania ha venido perdiendo población desde 1989, año en que se alcanzaban los 51 millones. Esta caída se debe principalmente a la emigración y el descenso de la natalidad. La tasa de crecimiento es del -0,632% (año 2009). No obstante, la población concentrada en núcleos urbanos experimenta una reducción inferior al nivel general. En cuanto a distribución por edades, sobre 14% de la población se sitúa entre los 0-14 años, el 70% entre los 15 y los 64 y el 16% es mayor de 65 años.

Según la página Web oficial del Comité Central de Estadística de Ucrania (www.ukrstat.gov.ua), el ciudadano ucraniano en 2009 destinó alrededor del 87,8% de su gasto al consumo. Hay que destacar que el gasto medio mensual por hogar ha llegado a ser de 2.754,1 UAH en 2009.

EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO POR HOGAR (UAH)



EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

En cuanto al gasto del calzado y de la ropa se ha ido manteniendo durante los años con un ligero crecimiento anual que lo coloca en un 5,9 % en 2008 aunque en 2009 se ha disminuido un 0,3% debido a la crisis global.

Se observa una tendencia a la modernización del estado del gasto frenada ligeramente por la crisis.

ESTRUCTURA DEL GASTO MEDIO MENSUAL POR HOGAR

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
GASTO MEDIO MENSUAL POR HOGAR (UAH)	658,3	736,8	903,5	1.229,4	1.442,8	1.722,0	2.590,4	2.754,1
ESTRUCTURA	Porcentaje							
Gasto en consumo	92,8	93,3	92,6	91,1	90,5	90,0	86,2	87,8
Productos alimentarios y refrescos	59,1	58,6	57,5	56,6	53,2	51,4	48,9	50,0
Bebidas alcohólicas y tabaco	2,6	2,8	2,8	2,9	2,6	2,6	2,2	3,2
Manufacturas y servicios	31,1	31,9	32,3	31,6	34,7	36,0	35,1	34,6
...Incluyendo:								
Ropa y calzado	5,4	5,3	5,7	5,7	5,8	5,9	5,9	5,6
Agua, gas, electricidad y combustibles	10,5	10,4	9,7	8,5	9,6	10,9	9,1	9,4
Electrodomésticos, bienes de consumo doméstico, mantenimiento de la vivienda	1,7	2,0	2,3	2,6	2,8	2,9	2,8	2,3
Salud	3,0	2,8	2,8	2,5	2,5	2,5	2,7	3,1
Transporte	3,0	3,3	3,0	3,0	3,7	3,4	4,0	3,8
Comunicaciones	1,3	1,5	1,8	2,1	2,6	2,6	2,3	2,5
Cultura y ocio	1,9	2,3	2,4	2,6	2,4	2,4	2,5	1,8
Educación	1,2	1,1	1,3	1,1	1,4	1,3	1,3	1,3
Hoteles y restaurante	1,1	1,4	1,6	1,7	2,2	2,3	2,4	2,5
Otros productos y servicios	2,0	1,8	1,7	1,8	1,7	1,8	2,1	2,3
Gasto no – consumo	7,2	6,7	7,4	8,9	9,5	10,0	13,8	12,2
Alquileres, servicios comunales...	9,2	8,7	7,7	6,4	7,1	8,5	6,6	7,7

Fuente: State Statistics Committee of Ukraine (www.ukrstat.gov.ua)

Es importante diferenciar las pautas de consumo en Kiev frente al resto de las ciudades de Ucrania. En la capital, el consumidor medio dispone de mayor poder adquisitivo, tiene hábitos de consumo más modernos y el precio pondera menos en su decisión de compra (aunque en la mayoría de los casos sigue siendo el factor decisivo). No obstante, las regiones de Ucrania experimentan actualmente una transformación bastante rápida también en términos de poder adquisitivo y hábitos de consumo que hace que las grandes cadenas y distribuidores concentren sus planes de crecimiento en ellas.

Los gustos de los consumidores ucranianos están influenciados por la moda italiana. Los zapatos de punta con tacones altos o los modelos originales de marca identificable siguen de moda todas las temporadas. Aún así, el gusto cambia poco a poco en beneficio de la comodidad y en detrimento de la sobreornamentación. En esta línea destacan los productores alemanes o ingleses, aunque la oferta todavía parece insuficiente.

IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Todas las partidas analizadas en la presente nota sectorial tienen aplicadas un arancel de un 10% que es elevado para ser miembro de la OMC. Asimismo, todo el calzado está sujeto a un 20% de IVA.

Desde la perspectiva del precio se puede distinguir tres segmentos en el mercado del calzado en Ucrania. Estos son: el segmento de precio bajo, el segmento medio y el segmento alto o de lujo.

El calzado del segmento de lujo se vende en las boutiques de gama alta principalmente en el centro de Kiev, zonas céntricas y espacios comerciales modernos, y en otras ciudades grandes de Ucrania. Estos zapatos cuestan más de 2600 UAH (más de 250 EUR) y se estima que solamente alrededor de 2-5% de los consumidores se los pueden permitir. Es en mayoría calzado de gama alta importado de Italia (por ejemplo la marca Gianmarco Lorenzi). En las principales zonas comerciales de Kiev ya se han instalado empresas españolas como la marca Pikolinos.

El segmento de precio medio consiste en los zapatos que se venden en varias tiendas de Kiev y otras ciudades grandes de Ucrania (Kharkiv, Dnepropetrovsk, Odesa). Este calzado cuesta desde 600 a 1900 UAH (sobre 50-180 EUR) en la temporada de verano, y desde 800 a 2600 UAH (sobre 75-250 EUR) en la temporada de invierno. Este segmento comprende zapato ofrecido por algunas marcas ucranianas, así como turcas, polacas y algunas alemanas. Dirigido a este segmento se han creado tiendas multimarca que se concentran básicamente en grandes centros comerciales y que algunas tienen marcas españolas como Camper.

La mayoría de la población ucraniana compra el calzado del segmento bajo. Este segmento comprende en gran medida las importaciones de China, Turquía y Vietnam. Aparte hay también fabricantes ucranianos de zapatos a precios bajos. Esta clase de calzado cuesta menos de 200 UAH (menos de 25 EUR) y suele ser distribuido a través de los mercadillos y también, cada vez más, a través de las cadenas de supermercados.

Tanto los precios del calzado, como de las prendas de confección en Ucrania son notoriamente más elevados que los del mercado europeo.

En ese diferencial de precios altos se incluyen: un arancel relativamente alto del 10%; un alto margen comercial sobre todo en el segmento alto de mercado que no está saturado y que está básicamente formado por las importaciones; y los costes adicionales elevados debido a la complejidad del proceso de obtención de licencias, apertura de puntos de venta y largos procesos administrativos, lo que hace

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

pensar que en él se repercutan costes ajenos a los regulados como por ejemplo pagos no oficiales encubiertos y beneficios extras de terceras partes.

En lo que se refiere al segmento alto de mercado, al que se dirige el producto español hay que destacar que una pequeña parte de la sociedad ucraniana, acuden a las tiendas más caras solo por el mero hecho del prestigio que adquirir prendas les concede, incluso si los precios son excesivamente elevados.

La devaluación de la moneda local (UAH) respecto del dólar y del euro ha encarecido artificialmente el producto importado que sumado a los problemas de financiación del gobierno y empresas se ha traducido en inflación. Esto implica un riesgo de tipo de cambio elevado que puede provocar una pérdida de poder adquisitivo en la gente, es decir, no pueden acceder al mismo segmento de calzado porque ahora su dinero vale menos y el precio se ha mantenido e incluso en la mayoría de los casos ha aumentado. Además existe un déficit de divisas extranjeras en el mercado, con lo cual a las empresas les cuesta encontrar suficientes cantidades de divisa aunque tuvieran efectivo en moneda local para pagarla.



ICEX

V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En el sector de los bienes de consumo, en Ucrania son reconocidos por su calidad y diseño el mueble español, y cada vez más, la ropa. Empresas españolas del sector de la moda han conseguido, gracias a sus diseños y buena relación calidad – precio, implantarse en Ucrania mediante diferentes formulas: el Grupo Inditex abriendo tiendas propias de sus marcas Zara, Bershka, Stradivarius y Pull & Bear; Punto Fa (Mango), Cortefiel (Springfield y Women's Secret) o Desigual mediante destacados franquiciados locales; Mayoral en moda infantil mediante una oficina de ventas; Armand Basi, Javier Arnaiz, Saga Ibáñez, Yhocos, Mirto, Neosens y otros a través del proyecto La Casa de la Moda España (www.lacasa.com.ua); Yolancris y Espelt en trajes de fiesta y de novia mediante su agente Anfice (www.anfice.com.ua).

Sin embargo, el calzado español no tiene una imagen definida en Ucrania. Los operadores del mercado (agentes, importadores, propietarios de tiendas, etc.) que lo conocen sí reconocen su buena calidad y diseño, teniendo un precio competitivo respecto al calzado italiano. No obstante, indican también que el calzado español necesita realizar un esfuerzo promocional importante, especialmente en showrooms y otros eventos diferenciados para el mercado ucraniano.

En los muestrarios de las tiendas, el calzado español ocupa un espacio escaso y poco visible. No obstante, algunas marcas españolas están presentes y gozan de cierto reconocimiento en el mercado local: Zampiere (proyecto La Casa de la Moda España), Camper, Pikolinos (agente exclusivo), Callaghan o Fluchos.

En general, el consumidor ucraniano asocia el calzado español con un nivel alto de calidad siendo un producto europeo. Sin embargo, no lo relacionan con diseños atractivos o una imagen moderna como sí sucede con el calzado italiano. Según la opinión de muchos profesionales del sector, esta idea empieza a cambiar y el calzado español comienza a popularizarse siempre muy necesitado de acciones promocionales.

En noviembre 2009 la Oficina Económica y Comercial organizó conjuntamente con la Federación de Industrias del Calzado de España (FICE; www.fice.es) un showroom exclusivo de calzado español en el Hotel Hyatt de Kiev, al que acudieron más de 40 propietarios de boutiques, cadenas de tiendas e importadores del sector. Los resultados fueron muy positivos, pudiendo el empresariado local comprobar la calidad y el diseño de las colecciones españolas. Eventos similares organiza el ICE italiano 2 veces al año en Ucrania para promocionar sus marcas.

VI. DISTRIBUCIÓN

Hasta finales del 2008 el mercado ucraniano del calzado tuvo un crecimiento muy dinámico. El segmento medio alto se desarrolló impulsado por la demanda interna orientada al producto importado, la no saturación de marcas comercializadas en el mercado, los altos márgenes comerciales, fuertes niveles de inversión en la distribución minorista que crece paralelamente a la oferta de locales comerciales y el desarrollo del sector inmobiliario, acceso fácil al crédito y la estabilidad relativa de la moneda local frente al euro y dólar. La expansión de la distribución moderna en este sector (aparición de boutiques, tiendas en régimen de franquicia, multimarca, desarrollo de centros comerciales, etc.) se realiza principalmente en la capital Kiev y regiones (ciudades del resto de Ucrania con población cercana o superior al millón de habitantes).

La crisis económica que alcanza a Ucrania a finales de 2008 supuso un freno importante en la expansión de la distribución minorista debido a las fuertes restricciones al crédito, caída del poder adquisitivo real del ciudadano medio, devaluaciones continuas de la moneda local que paralizaron de facto las importaciones, la introducción de medidas comerciales proteccionistas (excesiva burocratización y opacidad de los trámites de despacho de importación y obtención de licencias, etc.) y la inestabilidad política durante 2009. Desde finales del 2009, la relativa estabilidad del tipo de cambio y política, así como la incipiente recuperación de la demanda interna hacen que las perspectivas de mercado sean mejores y las importaciones empiecen a recuperarse.

En Ucrania los canales tradicionales de distribución para artículos de confección y calzado siguen siendo muy importantes: mercadillos *rynok*, quioscos o bazares. La distribución moderna no está todavía suficientemente desarrollada, aunque su peso relativo aumenta progresivamente centrándose en artículos del segmento medio alto del mercado. Un elemento fundamental en su expansión fue la construcción de centros comerciales de tipo europeo combinando superficies alimentarias con una zona de boutiques y tiendas. Entre los principales centros comerciales de Kiev cabe mencionar Karavan, Globus, Mandarin Plaza, Gorodok, Dream Town, Alta Center, Metrograd, Ukraina, Komod, Aladdin, Olimpiyskiy, Kvadrat, Bolchevik, Mandarin Plaza (segmento de lujo). En estos centros comerciales existen tiendas de calzado multimarca aunque las que más abundan son las monomarca de firmas conocidas a nivel europeo. Sin embargo, la crisis económica paralizó los proyectos de centros comerciales existentes y pospuso nuevas obras.

ROPA Y CALZADO DISTRIBUCIÓN MINORISTA: VENTAS MINORISTA, OUTLETS Y ESPACIO DE VENTA 2004-2008

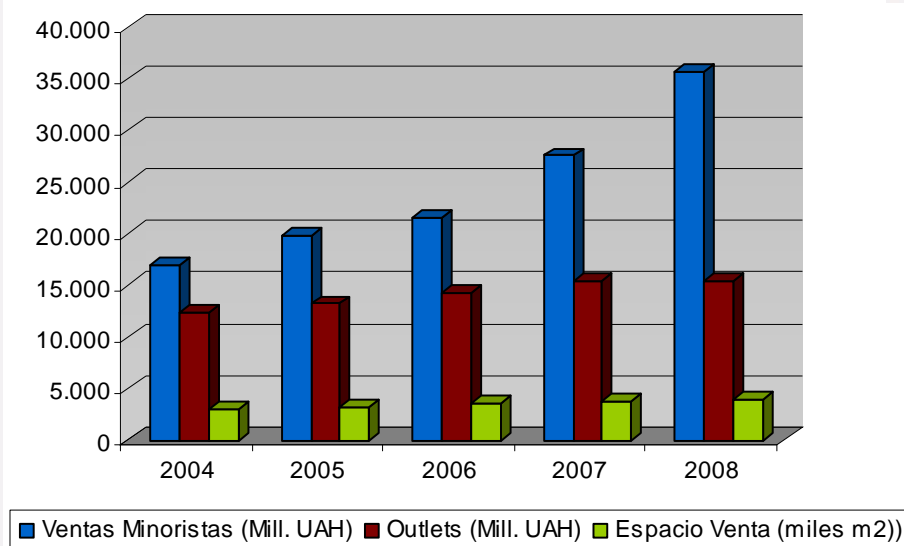
EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

(Mill. UAH)	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas minoristas	17.007,7	19.842,9	21.540,2	27.535,4	35.606,0
Outlets	12.406,0	13.205,0	14.195,0	15.354,0	15.372,0
Espacio de venta (miles m²)	2.960,0	3.238,0	3.531,6	3.798,6	3.894,6

Fuente: Euromonitor International

En el cuadro se puede apreciar como durante estos cinco años ha habido un aumento de al menos 8% en ventas llegando a ser el mas elevado en el 2008 donde se alcanzaron unos 35 mil millones de UAH. El siguiente gráfico refleja cuales han sido los mayores aumentos. Hay que destacar como la superficie de venta ha ido en aumento en los primeros años y como ha disminuido en el 2008.

EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA: VENTAS MINORISTA, OUTLETS Y ESPACIO DE VENTA



En Ucrania el canal de distribución para el sector del calzado es corto. Las figuras dominantes serán diferentes en función del segmento analizado:

Segmento medio alto

La forma de entrada habitual para fabricantes de calzado extranjeros es a través de importadores / distribuidores o franquiciados locales, que suelen tener sus propias boutiques multimarca o cadenas de tiendas. La figura del agente es minoritaria –suelen trabajar con pocas marcas: la empresa española Píkolinos usa esta figura en el mercado local. Las razones de emplear estas dos figuras son: la complejidad del mercado local, donde existen una excesiva y lenta burocracia; elevada corrupción; costes de obtención de licencias y permisos; aduanas poco transparentes y precios de alquiler de locales comerciales elevados. Los franquiciados locales o importadores / cadenas de tiendas dan mucha importancia a la marca e imagen del fabricante, realizando normalmente los primeros contactos con el proveedor extran-

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

jero en ferias internacionales o algún evento especializado en Ucrania, el despacho de las colecciones de calzado adquiridas en la aduana, la logística hasta poner el producto en el punto de venta y su promoción. Algunos de los principales franquiciados ucranianos son: Argo Trading, Liga Invest, Moda Group, MTI, Delta Sport o TUI.

La tendencia es al aumento de este tipo de establecimientos (tiendas especializadas, cadenas de tiendas monomarca conocidas a nivel mundial, tiendas multimarca...).

La manera más eficaz de encontrar un importador/ distribuidor local y obtener información sobre ellos es solicitando referencias a otros fabricantes o minoristas y participando en ferias especializadas. En el apéndice de esta nota se puede encontrar un listado de las ferias más relevantes del sector.

La ayuda de un distribuidor consolidado en el mercado ucraniano le puede abrir a nuevos mercados en países cercanos a Ucrania. Un claro ejemplo es la cadena de tiendas Intertop, Kidditop que lleva marcas como Ecco, Camper, Clarcks o Geox en tiendas multimarca y en tiendas monomarca que se ha introducido en Kazajstán.

El segmento medio alto de calzado no está saturado todavía de marcas de fabricante, según indican los profesionales del sector. Existen muchas empresas importadoras / franquicias que están consolidando y abriendo nuevos puntos de venta, muy receptivas al producto importado. Asegurar un buen posicionamiento de las colecciones, una adecuada selección del personal de ventas de su producto y buena comunicación con el socio local (que aun importante en todos los mercados, lo es más en Ucrania) son fundamentales para conseguir una distribución efectiva de sus colecciones.

Segmento bajo

Dentro de este segmento el importador se dirige a los distribuidores, o puede ser el mismo importador quien realice las tareas de distribución. Los puntos de venta de ropa y calzado en Ucrania en las principales ciudades siguen el canal tradicional que son los mercados de la calle, pequeñas tiendas y cadenas de marca.

Cabe destacar el importante papel que en Ucrania juega la distribución de los restos de colecciones o el mercado del stock. El desarrollo del comercio de stocks en la capital se lleva a cabo dentro del segmento de tiendas multimarca que agrupan los restos de las colecciones de varios operadores. No obstante, la progresión de la distribución de stocks en la capital de Ucrania que se ha observado en el transcurso de los últimos años tiene tendencia a la baja. Los distribuidores prefieren instalarse en las provincias, donde los costes inmobiliarios son menos elevados que en las grandes ciudades como ya hemos mencionado anteriormente.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Restricciones a la importación

La entrada de Ucrania en la Organización Mundial del Comercio (OMC) en mayo del año 2008 y las negociaciones con la UE sobre un acuerdo de libre comercio abren las esperanzas a una profunda transformación de las tarifas y normas arancelarias. Con estas negociaciones se espera conseguir un acuerdo amplio, de nueva generación, que incluya la aproximación reglamentaria y la mejora del acceso al mercado de bienes.

Por esta razón, es aconsejable contrastar estos procedimientos aduaneros antes de llevar a cabo operaciones comerciales.

ARANCELES APLICABLES

Partida arancelaria	Arancel aplicable
6401	10%
6402	10%
6403	10%
6404	10%
6405	10%

Fuente: <http://mkacddb.eu.int/mkacddb2/indexPubli.htm> - Market Access Database

En cuanto a los impuestos, todos los productos soportan un IVA del 20%, al que debe sumarse el arancel correspondiente. También existen gastos aduaneros (Customs Procedure Fee). Para mercancías de un valor aduanero menor de 100, el gasto no se aplica; para mercancías de un valor aduanero entre 100 y 1000, el pago es de 5; y para mercancías de un valor aduanero mayor que 1000, se aplica la tasa de 0,2% sobre el valor aduanero, pero no más de 1000.

Requisitos legales y técnicos.

- Documentación general necesaria:

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

1. Factura Comercial
 2. Declaración Aduanera de Importación
 3. Declaración de Valor (sobre la que calculan los aranceles a pagar)
 4. Certificado de Origen
 5. Packing List
 6. Documento de transporte correspondiente
 7. Certificado de Registro Comercial: certificado que acredite que el importador está registrado oficialmente.
 8. Tarjeta de Registro de Comercio Exterior
- Documentación específica necesaria:
 1. **Preliminary Customs Import Declaration** (Declaración Aduanera de Importación Preliminar): certifica que los productos han sido declarados en aduana y pagados los correspondientes derechos aduaneros previamente a la importación. Sólo requerido para transporte por carretera.
 2. **Permit to Import Species Covered by CITES** (Permiso a la importación de especies cubiertas en CITES)- requerido para 6402, 6403, 6404 y 6405. Solo para los productos sujetos a CITES.
 3. **Sanitary Epidemiological Certificate** (Certificado Sanitario y Epidemiológico): documento que certifica que los productos importados cumplen con los estándares sanitarios y epidemiológicos de Ucrania. Lo solicita el importador en cualquier oficina regional del Servicio Sanitario y Epidemiológico del Ministerio de Salud de Ucrania.
 4. **Certificate of Conformity** (Certificado de Conformidad): certifica que los productos importados cumplen con los estándares estatales ucranianos. Solicitado por el importador en cualquier institución acreditada por el NAAU (Agencia Nacional de Acreditación de Ucrania; www.naaau.org.ua)

Las barreras comerciales en Ucrania giran principalmente en torno a la complejidad y poca transparencia de los trámites administrativos, que favorecen la corrupción en aduanas e inestabilidad legislativa. El acceso al mercado está limitado por un lento sistema de certificaciones técnicas obligatorias y licencias que afectan a algunos productos, aunque está prevista la desaparición gradual de algunas barreras por el inicio de las negociaciones con la UE sobre un acuerdo de libre comercio.

Para las empresas extranjeras la mejor manera de penetrar en el mercado ucraniano es asociándose con un importador local que realice todas las gestiones y acordando la venta en origen, debido a las dificultades derivadas de la complejidad administrativa y la corrupción en aduanas. Esto dificulta la implica-

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

ción del exportador en la comercialización interna y fortalece la posición del socio-importador ucraniano.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a double-line effect.

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

ART EXPO SHOES

Feria de calzado que se celebra en Kiev dos veces al año en los meses de octubre y abril.

Organizador: Art EXPO

C/ Bolshaya Zhytomyrskaya 21, oficina 14

Tel/ Fax. +38 044 254 63 80

Kiev 01025 Ucrania

Email. office@artexpoua.com

leather@ukr.net

www.artexpoua.com

LEATHER AND SHOES

Feria de calzado, marroquinería y pieles que se celebra en Kiev dos veces al año.

Organizador: Art EXPO/ Ukrainian Leather and Shoes Union

C/ Bolshaya Zhytomyrskaya 21, oficina 14

Tel/ Fax. +38 044 254 63 80

Kiev 01025 Ucrania

Email. office@artexpoua.com

leather@ukr.net

www.artexpoua.com

KYIV FASHION

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Feria de moda de periodicidad anual que se celebra en Kiev en el mes de febrero (calzado, cueros, pieles, lencería/ ropa interior, textil y accesorios)

Organizador: Kyiv Internacional Contract Fair

C/ Spaskaya 39

P.O.Box B-13

Kiev 04070 Ucrania

Tel/Fax: +38 044 461 9340/ 461 9341

E-mail: style@kmkya.kiev.ua

<http://www.kyivfashion.kiev.ua>

www.kmkya.kiev.ua

KIEV FASHION WEEK

ACCO INTERNATIONAL

Peremogy ave. 40-b, Poushkin park

Kiev, 03680

Tel./fax: +38 (044) 458 4621, 458 4622, 458 4623, 458 4624

e-mail: acco@acco.kiev.ua

Skype: [accointernational](https://www.skype.com/name/accointernational)

Semana de la Moda de Kiev. En ella se presentan, en desfiles durante 5 días, colecciones de diseñadores con ropa para mujer y ,en un sexto, ropa de hombre. Esta dirigido a un segmento alto o de lujo. Se celebran dos semanas al año una para presentar colecciones de otoño/invierno y otra de primavera/verano.

Organizadores: Ukrainian Fashion Week

Director de relaciones internacionales: Oleksi Danylevsky

Mov.: +38 067 442 8527, +38 050 252 1893

Tel. +38 (044) 428 7647

Email: olexiy@yanko.com.ua

www.fashionweek.com.ua

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Light Industry, Magazine , Kiev

Легкая промышленность Украины, журнал

C/ Shota Rustaveli 15-A

01001 Kiev

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Director Mrs. Tamara Ermolaeva

tel. +38 044 287 0374

móvil. +38 067 409 1027

Email: cbti@ln.ua

www.lprom.kiev.ua

VES SVIT MODY (“TODO EL MUNDO DE MODA”)

BURDA- UKRAINE

Zhylyanska Str., 29

Kyiv, Ukraine, 01033

Tel: 38 044 490 83 61, 490 83 63

Fax: 38 044 490 83 60

Página web: www.burda.ua

Revista que recoge las últimas tendencias ucranianas en moda y belleza.

TEXTILE PLUS FASHION WORLD

Serafimovicha Str., 3-a

Kyiv, Ukraine, 02152

Tel/Fax: 38 044 239 20 15, 553 29 86

E-mail: textile@tk.kiev.ua

Única edición en Ucrania especializada en la industria textil, donde las empresas promocionan sus productos en el mercado ucraniano.

ATELIE, VARIANTPRESS

Lunacharskogo Str., 24-b

Kyiv, Ukraine, 02002

Tel/Fax: 38 044 517 06 37, 516 86 91

E-mail: atelie@variantp.com.ua

Revista con artículos sobre textiles internacionales, diseño interior, prendas de vestir y previsiones de moda (sobre las condiciones económicas de los mercados de bienes de moda) en Ucrania.

LEGKA PROMYSLOVIST

Shota Rustaveli Str., 15-a

Kyiv, Ukraine, 01001

Tel/Fax: 38 044 287 03 74

E-mail: cbti@ln.ua

COSMO LADY

Striletska Str., 7/6, office 96,
Tel: 38 044 272-2798,

Tel/Fax: 38 044 272-1063

E-mail: CosmoLady@voliacable.com; info@cosmolady.com.ua

www.cosmolady.com.ua

Revista con tendencias en salud y belleza femenina, confección femenina, diseño interior, etc.

MAGAZIN

Taras Shevchenko Av-. 48-b, office 16

Kyiv, Ukraine, 01032

Tel/Fax: 38 044 234 22 78, 234 75 99

E-mail: pr@mgzn.com.ua

Página web: www.mgzn.com.ua

Revista con tendencias en salud y belleza femenina, confección femenina, diseño interior, etc.

REVISTAS UCRANIANAS DEL SECTOR TEXTIL PARA EL BEBÉ

ALENKA AND SEREZHKA MAGAZINE

26, prosp. bazhana, off. 95

Kyiv, 02140, Ukraine

Tel.: +38 044 565 9999

Fax: +38 044 565 9999

BLITZ INFORM, PUBLISHING HOUSE

25, Kyoto Str.,

Kyiv, 02156, Ukraine

Tel.: +38 044 519 3433

Fax: +38 044 519 3433

E-mail: natali@blitz.kiev.ua

Página web : www.natali.ua

DETSKIY MIR, MAGAZINE

17, M. raskovoyi Str.,

Off. 607

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

02002, Kyiv, Ukraine

Tel.: +38 044 501 0428; 501 8509

Fax: +38 044 501 0428; 501 8509

E-mail: kyivexpo@ukr.net

GENERAL PUBLIC RELATION

6/11, Velyka Zhytomyrska vul,

Off. 7, 01025, Kyiv, Ukraine

Tel.: +38 044 279 8992, 279 4072

Fax: +38 044 279 8992, 279 4072

E-mail: Victoria@gpr.com.ua

Página web: www.gpr.com.ua

MIR SEMYI, MAGAZINE

P.O. box 35

Kyiv, 04213, Ukraine

Tel.: +38 044 239 2217

Fax: +38 044 239 2243

E-mail: MirSemyi@impress-media.kiev.ua

Página web : www.semya.in.ua

3. ASOCIACIONES

UKRLEPGROM, UKRANIAN ASSOCIATION OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES

Lyubchenka St., 15, off 108

Tel/Fax: +38 044 529 51 70/ 529 60 12/ 528 14 24

Email: ukrlegprom@nbi.com.ua

Contacto: Izovit Valentina Arkadivivna- Presidente

Asociación gubernamental compuesta de 31 miembros

TEXTILE- CONTACT ASSOCIATION

3 Serafimovicha St

Kyiv, 02152, Ukraine

Tel: +38 044 239 2002

Email: secretar@tk.kiev.ua

Página web: www.tk.kiev.ua

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

Director General: Alexander Sokolovsky

Organización de productores y comerciantes compuesta por 11 miembros

UKRAINIAN LEATHER AND SHOES UNION

C/ Bolshaya Zhytomyrskaya 21, oficina 14

Tel/ Fax. +38 044 254 63 80

Kiev 01025 Ucrania

Email. office@artexpoua.com

leather@ukr.net

www.artexpoua.com

Contacto: Oksana Darmastuk, tel. +38 067 719 02 47

Email: oxana@artexpoua.com

ASOCIACIÓN UCRANIANA DE LA FRANQUICIA

Klinichna 23-25, oficina. 60

03110, Kyiv, Ucrania

Tel: +38 044 233 0361

Fax: +38 044 258 4088

Email: info@franchising.org.ua

Página web: www.franchising.org.ua

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN UCRANIA

Illinska 22, 4ª Planta

Kyiv, 04070, Ucrania

Tel: +38 044 494 29 40/41

Fax: +38 044 494 29 42

E-mail: kiev@mcx.es

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE UCRANIA

Velyka Zhytomyrska Str., 33

Kyiv 01601 Ucrania

Tel/Fax: +38 044 284 39 21/ 284 39 22/ 528 14 24

E-mail: expo@ucci.org.ua

www.ucci.org.ua

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE KIEV

Bogdana Khmelnytskogo 55

Kyiv 01601, Ucrania

Tel: +38 044 482 0301

Fax. +38 044 482 3966

E-mail: info@kiev-chamber.org.ua

www.kiev-chamber.org.ua

SERVICIO ESTATAL DE ADUANAS

Degtyarivska 11- g

Kyiv 04119, Ucrania

Tel: +38 044 247 28 36, +38 044 489 02 24

Fax: +38 044 481 18 89

Email: dmsu@customs.gov.ua

Página web: www.customs.gov.ua

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN UCRANIANO

Tel. +38 044 229-3702

E-mail: ukrsepro@ukrsepro.kiev.ua

www.ukrsepro.kiev.ua

COMITÉ DE ESTADO DERZHSPZHIVSTANDARD

Gorkogo 174

Kyiv 03680 Ucrania

Tel +38 044 226-29-71

+38 044 528-92-05

Fax. +38 044 528-56-00

E-mail: dssu@dssu.gov.ua

<http://www.dssu.gov.ua>

PORTAL WEB DEL GOBIERNO UCRANIANO

www.kmu.gov.ua

EL MERCADO DE CALZADO EN UCRANIA

EMBAJADA DE UCRANIA EN ESPAÑA

Ronda Abubilla 52
28043 Madrid, España
Tel. 917 489 360

www.mfa.gov.ua

OTRAS FUENTES:

Consejo Español de Cámaras-Aduanas de la Agencia Tributaria Española: <http://aduanas.camaras.org/>

Estadísticas de comercio exterior de la Unión Europea: <http://datacomex.comercio.es/>

UN Comtrade: <http://comtrade.un.org>

State Statistics Committee of Ukraine: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Market Access Database: <http://mkaccdb.eu.int/>

www.trading-safely.com

Portal ucraniano de consumidores: www.consumerinfo.org.ua

Agencia Estatal de Análisis e Información

Calle Esplanadna

Kyiv 01601 Ucrania

Tel/Fax. +38 044 287 03 79

Email. marfun2006@ukr.net

Venta de datos estadísticos oficiales.

www.qdpro.com.ua – portal con la información sobre la importación, exportación y tránsito de productos en Ucrania

Informe Económico y Comercial elaborado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kiev

Base de datos ESTACOM (www.icex.es)

Euromonitor Internacional (www.portal.euromonitor.com/portal/server.pt)