



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado del calzado y la moda en Jordania

## Julio 2016

Este estudio ha sido realizado por  
Ana González Felgueroso, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Amman

## EL MERCADO DEL CALZADO Y LA MODA EN JORDANIA

El mercado de la confección textil y el calzado en Jordania es un mercado de tamaño medio, pero en constante crecimiento. Sin duda, este sector abarca un extenso número de productos con naturaleza y fines dispares, pero para hacer de este estudio lo más útil posible, se tratarán las partidas por capítulos, no adentrándonos en cada producto concreto dentro de las partidas. Las partidas objeto de análisis serán por lo tanto la partida 61, referida a prendas y accesorios de vestir de punto; la partida 62, referida a prendas y accesorios de vestir que no sean de punto; y por último, la partida 64, referida a calzado y polainas.

Cuando se hace una estimación del tamaño del mercado, es preciso analizar por un lado la importación, y por otro la producción local y la exportación. Esto es así porque Jordania, gracias a un Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos se convirtió en 2001 en un hub de producción para EE.UU, destinándose gran parte de las instalaciones locales a la fabricación de ropa y calzado para marcas estadounidenses, y que una vez terminadas, se exportarán directamente a EE.UU. sin pasar por el mercado local. Esto es posible también gracias a la creación de las QIZ – *Qualified Industrial Zones* – en las cuales las empresas manufactureras pueden beneficiarse de grandes incentivos como es la entrada de materias primas y materiales en el QIZ sin aranceles, y la entrada del producto final en EE.UU también sin aranceles. Además, las QIZ también ofrecen reducciones en las cuotas fiscales. Entre las marcas estadounidenses más conocidas que realizan parte de sus colecciones en Jordania nos encontramos Wal-Mart, Target o Lands'End.

Respecto al producto que finalmente puede encontrarse en los puntos de venta jordano, son en su gran mayoría objeto de importación. El principal proveedor del mercado jordano de prendas de vestir y calzado es China, sin existir actualmente ningún otro país que se le pueda comprar en cuanto a volumen de importación.

Respecto al producto que se puede encontrar actualmente en el mercado jordano, nos encontramos por un lado las franquicias de las marcas internacionales más reconocidas a nivel internacional, y por otro lado, los establecimientos locales que ponen a disposición del público el producto, generalmente de origen asiático, sin marca, y a precios más asequibles.

En Jordania no existe actualmente una ley de franquicias, por lo que estas se rigen por la Ley de Inversiones de 2014 y la Ley de Sociedades de Capital. En la distribución minorista, al estar limitada la participación extranjera al 50%, la franquicia suele ser la forma elegida por las marcas internacionales para internacionales para penetrar en el mercado local.

Las marcas franquiciadas, pertenecen generalmente en Jordania a empresas especializadas en las franquicias, y que ponen a disposición de las marcas su conocimiento del mercado local, sus numerosos puntos de venta y su reputación. Estas marcas, se venden generalmente en establecimientos dedicados a la población con un poder adquisitivo más alto. Los precios de estos productos son generalmente entre un 30% y un 35% superiores a los precios en origen, lo que hace que, aunque en principio la marca fuera concebida en su país de origen como Low Cost, en Jordania estará dirigida a un sector muy acotado de la población.

Un modelo de distribución también muy popular en el mercado jordano es la llevada a cabo por los grandes distribuidores, que compran grandes volúmenes generalmente en los mercados asiáticos, y luego disponen de sus propios puntos de venta y además son los encargados de abastecer a los pequeños comercios.

Respecto a la localización geográfica de los puntos de venta, el consumidor jordano puede segmentarse geográficamente, siendo las motivaciones para comprar completamente diferentes entre los consumidores de mayor poder adquisitivo, que se sitúan la mayoría en Amman Oeste, y los

## EL MERCADO DEL CALZADO Y LA MODA EN JORDANIA

consumidores con un poder adquisitivo más modesto, y que suele coincidir con un estilo más tradicional.

En Amman Oeste es habitual encontrar los grandes centros comerciales del país, repletos de las principales franquicias de marcas internacionales, y de las tiendas multimarca de productos de lujo. Aquí, para los consumidores, aunque tienen en cuenta el precio, el factor determinante es la marca o el estilo del producto. Es en esta parte de la ciudad donde se encuentran los habitantes con mayor poder adquisitivo, y los residentes extranjeros con una renta disponible alta.

En Amman Este, por el contrario, aunque también se sigue el modelo de Amman Oeste de centros comerciales, estos son menos numerosos, dando lugar a mayor número de avenidas comerciales, y a comercios de barrio más tradicionales. En este tipo de establecimientos, la marca no suele ser un factor a tener en cuenta, dejándole todo el protagonismo al precio, puesto que la renta disponible de las familias en esta parte de la ciudad es mucho más baja.

Entre las marcas españolas que se encuentran actualmente en Jordania, destacan todas las pertenecientes al grupo Inditex (Zara, Oysho, Bershka, Massimo Dutti, Pull&Bear y Stradivarius), Grupo Mango, Pronovias o Panama Jack y Camper por citar algunas.

Respecto a los factores que más influyen en el precio, en los productos que se ponen a disposición del consumidor, igual el elemento a tener más en cuenta es el arancel, dado que como resultado del programa del FMI que está implementando actualmente para incrementar los ingresos y reducir los gastos, los aranceles que afectan a las partidas 61, 62 y 64 se han incrementado. Por supuesto, en el caso europeo, gracias al acuerdo de libre comercio firmado entre Jordania y la Unión Europea, aquellos productos que gocen del certificado EUR 1 se verán sujetos a un arancel 0%.

Para los empresarios españoles, dado el prestigio del que ya gozan los productos europeos, no debería ser difícil introducir nuevas marcas en el mercado, pero si es preciso, como nos indican desde las principales asociaciones relacionadas con el textil y el calzado, que las marcas españolas inviertan en Branding, puesto que los productos de calidad, en Jordania, deben estar acompañados de una marca conocida.

Puesto que Jordania se encuentra actualmente bajo constante cambio, como puede apreciarse por la reciente firma del Acuerdo para la Relajación de las Reglas de Origen entre Europa y Jordania, se espera que este sector se mantenga en crecimiento, y que las empresas españolas puedan beneficiarse de estos cambios ya sea aumentando su exportación al país, bien pasando a producir en él.