



SECCION COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA
KIEV- UCRANIA

Perfil de Mercado

CALZADO

Posición arancelaria: 6401, 6402, 6403, 6405, 6406

INFOGES: 60525



JUNIO 2015

Índice

- 1. Posición arancelaria**
- 2. Descripción general del producto**
- 3. Situación actual del mercado**
 - 3.1. Legislación vigente*
 - 3.2. Estructura del mercado*
 - 3.3. Capacidad del mercado y la dinámica de su desarrollo*
- 4. Costos de nacionalización**
- 5. Restricciones no arancelarias**
- 6. Documentos exigidos en aduana**
- 7. Requisitos sanitarios**
- 8. Evolución de las importaciones ucranias**
 - 8.1. Análisis de las importaciones*
 - 8.2. Análisis de las exportaciones*
- 9. Niveles de precios**
- 10. Consumo**
 - 10.1. Preferencias del consumidor*
 - 10.2. Características regionales de consumo*
- 11. Canales de comercialización**
- 12. Principales centros de consumo del producto**
- 13. Embalajes y etiquetado**
- 14. Principales puntos de acceso al mercado**
- 15. Zonas francas**
- 16. Ferias y exposiciones generales y especializadas**
- 17. Asociaciones sectoriales**
- 18. Listado de importadores**
- 19. Recomendación para los exportadores argentinos**

Fuentes

1. Posición arancelaria

[6401--](#) calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se halla unida a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas

[6402--](#) los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.

[6403--](#) calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.

[6404--](#) calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.

[6405--](#) los demás calzados.

[6406--](#) partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.

2. Descripción general del producto

Tradicionalmente, los fabricantes de calzado utilizan la siguiente clasificación de calzado:

- según material para calzado: cuero natural, cuero sintético, caucho, materias textiles
- según su utilización: calzado de uso diario, calzado de moda, calzado para el hogar, calzado deportivo, calzado para el trabajo (o especializado)
- según la temporada del año, los calzados se dividen en: calzados para toda temporada, calzado de verano, calzado de invierno, calzado de media estación (otoño-primavera)
- según el destinatario (por género): calzado para mujeres, para hombres, para niños (estos últimos aún pueden subdividirse para bebés, preescolar, niño y niña)
- calzados de colección se dividen en dos tipos: de otoño-invierno y de primavera-verano.

Según el tipo se subdividen en:

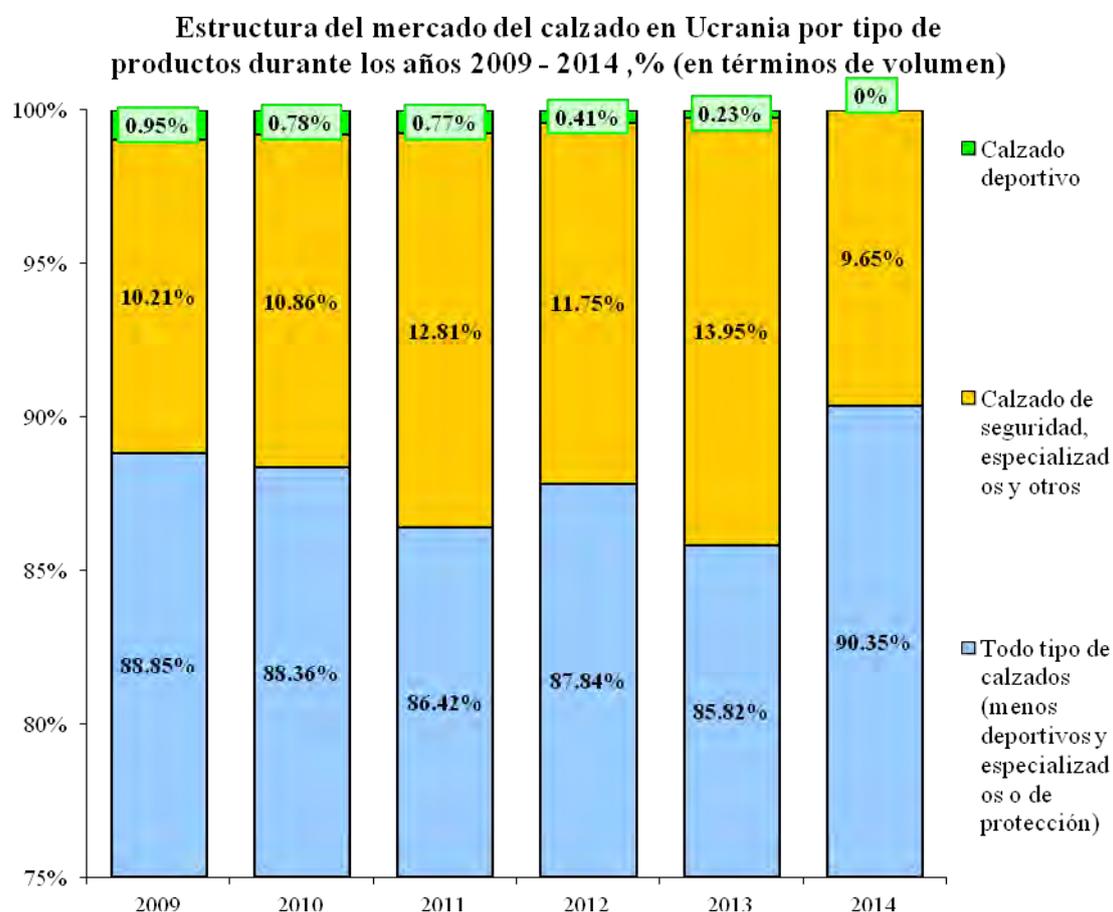
- bota baja
- botines (cubren hasta por debajo del tobillo)
- botas de media caña (hasta la pantorrilla)
- botas de caña alta.
- calzado abierto
- mocasines

3. Situación actual del mercado

3.1. Legislación vigente:

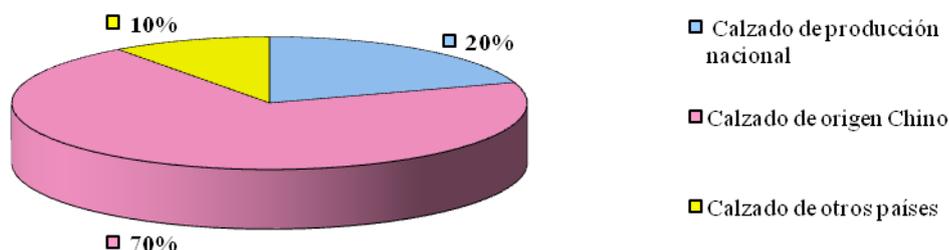
- El mercado del calzado se rige por la legislación vigente de Ucrania, incluyendo la Ley "Sobre protección de los Derechos del Consumidor» № 3161-IV de 01.12.2005
- La calidad del calzado debe ajustarse a las normas jurídicas vigentes, entre ellas: "GOST es una abreviatura de la Normativa de Estandarización Nacional
- GOST 1135-88 El calzado para el hogar y la calle. Técnicas generales. En lugar de GOST 1135-78 entró en vigencia el 01/07/1998.
- GOST 11373-88 Calzados. Tamaños.
- GOST 12.4.024-76.SSTB. Zapatos especializados. Protección contra vibraciones. Técnicas generales. Entró en vigencia el 07/01/1980.
- otras normas regulatorias.

3.2. Estructura del mercado



El mercado del calzado de Ucrania está dominado tradicionalmente por las importaciones baratas procedentes de Asia. Debido al bajo costo los zapatos chinos desplazan a los productores nacionales. En la mayoría de los casos, la producción nacional de calzado gana frente a las importaciones baratas de origen asiático por su calidad. Actualmente la participación en el mercado interno de los productores ucranianos es del 20%. Cerca del 70% del mercado del calzado es procedente de China.

Estructura del mercado de calzado según su origen durante el año 2013, (en términos de volumen) %



3.3. Capacidad del mercado y la dinámica de su desarrollo

A continuación se presentan las estadísticas que describen los altibajos del volumen del mercado de calzado en el país, en función de la situación económica y de las regulaciones de importación y aduaneras del estado.

El mercado del calzado de Ucrania, en términos de volumen, hasta el 2009 ascendía a 100 - 170 millones de pares por año (entiéndase producción nacional más las importaciones) y creció en un promedio del 10 al 12% por año.

En el 2009 la inestabilidad de los mercados en Ucrania conllevó a una reducción en la producción de calzado del 9,05% (19,7 millones de pares) en relación con el año 2008 (21,5 millones de pares).

Durante el 2010 el volumen de producción en Ucrania ascendió a 25,7 millones de pares, que equivalen a un aumento del 29,8% respecto del 2009.

En el 2011, el volumen de producción y ventas de calzado aumentaron en un 7,4%. El volumen del mercado de calzado nacional alcanzó entre 150 y 170 millones de pares de zapatos de todo tipo, lo que en términos monetarios ascendió a 2,5-3,0 millones de USD.

La producción de calzado en los resultados de 2012 disminuyó en un 9,1% y ascendió a 25,1 millones de pares de zapatos. En el 2012 el mercado ucraniano de calzado se resintió por la falta de fondos de los consumidores. Según los operadores, la principal razón fue la falta de crecimiento del poder adquisitivo de los ucranianos. Los minoristas, sin embargo, estiman que durante el 2012 se vendieron zapatos por un monto de 2,7 mil millones de USD. Este aumento se debe a la legalización de las importaciones. Anteriormente, algunos importadores importaban los zapatos bajo la apariencia de cordones. Esto explica el aumento del volumen de las importaciones en términos de valor: con el “blanqueo” de la importación aumenta también el valor aduanero del calzado importado.

Durante el 2013 la producción de calzados en Ucrania creció en un 17,1% (29,3 millones de pares).

Durante el 2014 Ucrania produjo 7,8% menos (27,1 millones de pares de zapatos) respecto de los indicadores del año 2013.

Durante el primer mes de 2015 produjo 1,6 millones de pares de zapatos, que será un 23,8% menos que en enero del 2014.

Durante el 2013 los minoristas intentaron llegar a las ventas logradas durante el 2012, cerca de 2,7 mil millones de USD. Sin importar lo difícil que fue el año 2013 para el mercado del calzado, los primeros cuatro meses del 2014 fue, para la mayoría de ellos, una verdadera conmoción. Los eventos que tuvieron lugar a principios del 2014, a saber, la devaluación de la hryvnia y el impacto real de una guerra no declarada contra Ucrania han frenado el comercio y desconcertó las previsiones de ventas.

Los importadores aseguran que durante el 2014 en el mercado del calzado aumentaron al mismo tiempo el precio de compra de calzados, el franqueo y el despacho de aduanas.

Por esta razón, tuvieron que o bien subir los precios y perder clientes, o bien sacrificar beneficios y vender al precio equivalente al tipo de cambio existente el año anterior.

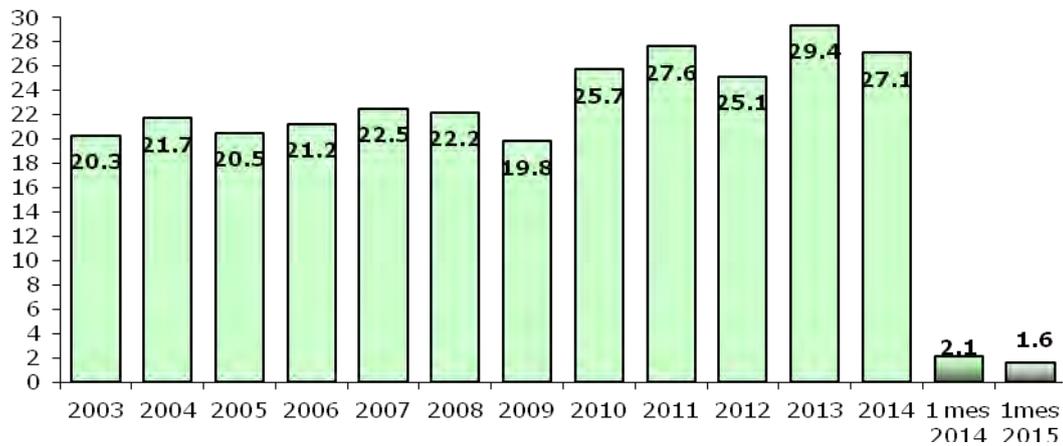
Hay que recordar que los productores dependen en gran medida de las materias primas importadas (cuero, productos químicos, colorantes, accesorios), que en la estructura del costo de un par de zapatos ocupan el 80%. Para ellos son más temibles las fluctuaciones imprevisibles que el crecimiento del tipo de cambio. Los expertos comentan que los proveedores de componentes para la producción de calzado temen importarlas porque incluso las mercancías procedentes de Turquía tardan en llegar entre 2-4 semanas. Durante ese tiempo, la situación económica puede cambiar dramáticamente y nadie quiere correr riesgos adicionales.

A partir de principios del 2014, el mercado de ropa y calzado de Ucrania está en crisis: se ha establecido una caída en las ventas de un nivel del 30 – 50% (hasta 95 mil millones de Hryvnias, equivalentes aprox. 4,75 mil millones de USD (t.c. 20).

Los expertos atribuyen esta crisis a una enorme caída de la demanda causada por una disminución en los ingresos de la población ante un costo de la canasta familiar cada vez mayor. En mayor medida la caída de las ventas afectó a las oficinas de las empresas extranjeras, que por esta razón comenzaron a abandonar el país. En 2014 han abandonado Ucrania marcas como New Look, Bosco, Columbia, Lee Cooper y otros.

Los pronósticos de los expertos no son positivos, nadie puede garantizar una salida pronta de la crisis.

Dinámica de los volúmenes de producción en Ucrania durante los años 2003 - 2015, millones de pares



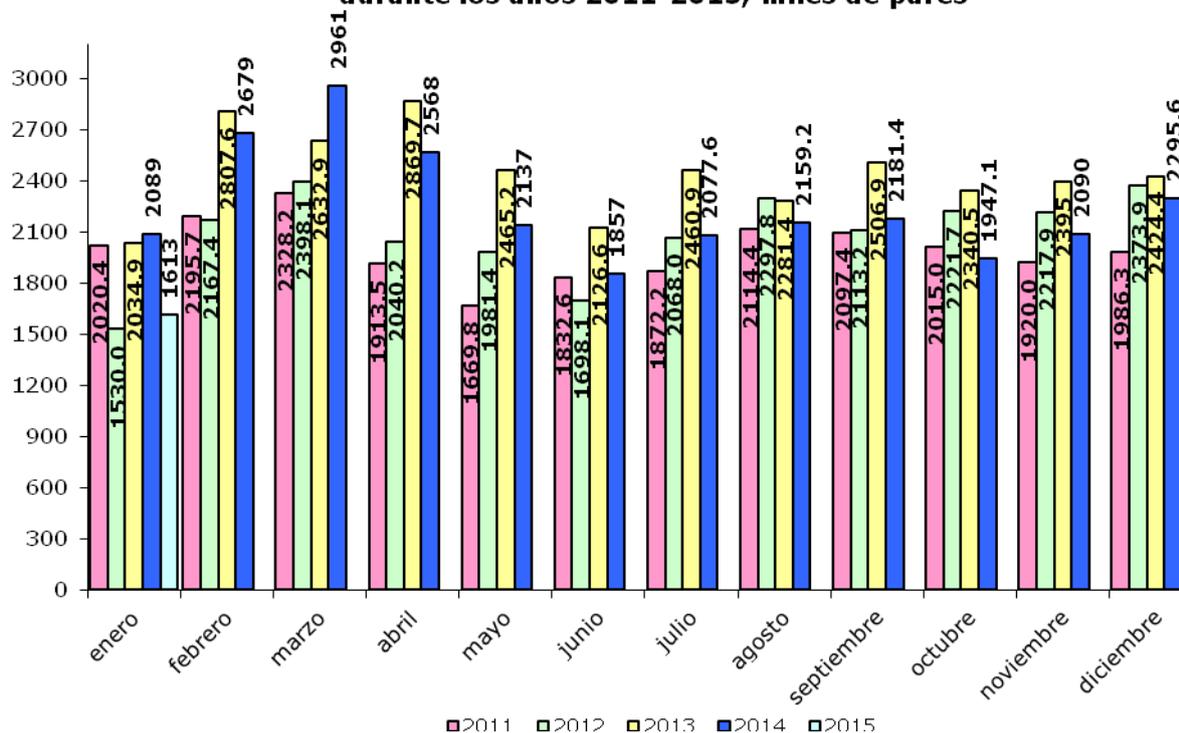
Volumen de ventas de calzado en Ucrania durante los años 2005 -2014, en millones de Hryvnias

Tipo de calzado	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	9 meses del 2013	9 meses del 2014
Calzado de cuero, textil, combinado, incluyendo deportivos	599	1738	2418	2757	3347	3814	4682	5096	3733	3426
Calzado de goma y polímero	16	41	73	97	132	159				

Stock de calzados en las cadenas comerciales de Ucrania durante los años 2007-2013, en millones de Hryvnias

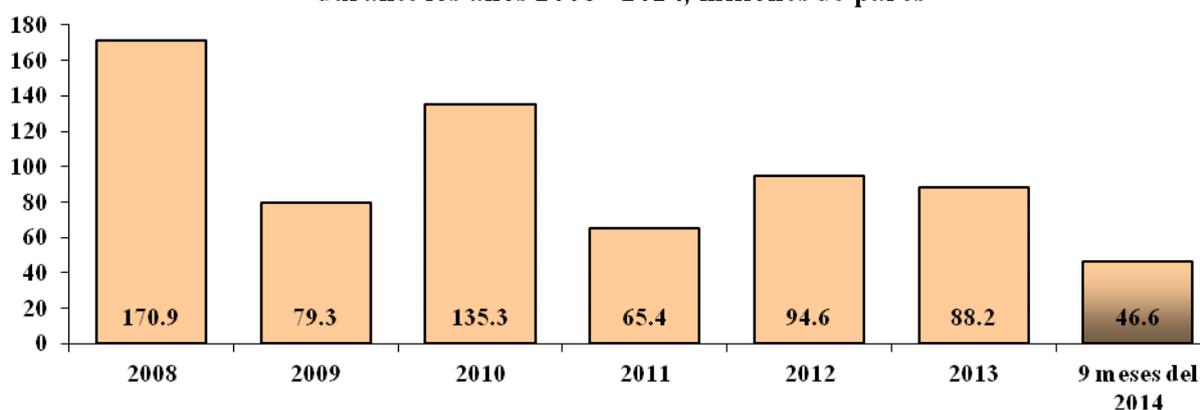
Tipo de calzado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	9 meses del 2013
Calzado de cuero, textil, combinado, incluyendo deportivos	223	569	493	507	427	973,9	736,6
Calzado de goma y polímero	10	47	37	22	22		

Dinámica mensual de la producción de calzados en Ucrania durante los años 2011-2015, miles de pares

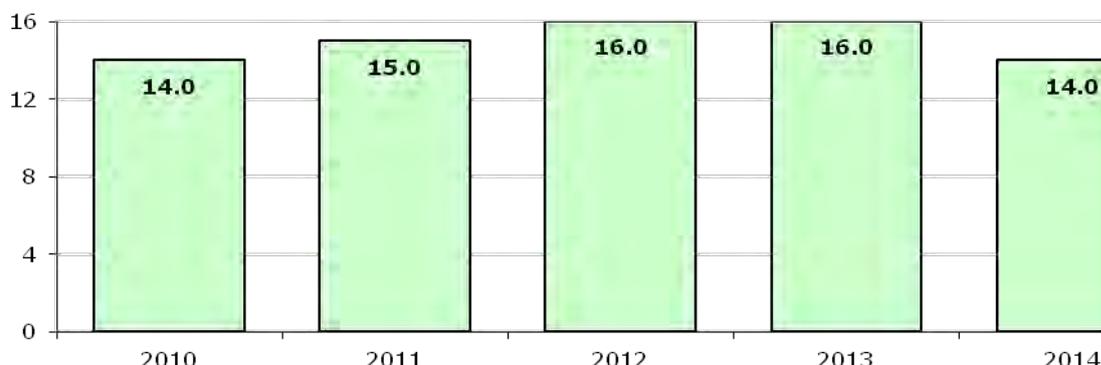


Stock de calzados en las cadenas comerciales de Ucrania durante los años 2007-2013							
Tipo de calzado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	9 meses del 2013
Calzado de cuero, textil, combinado, incluyendo deportivos	39	82	65	49	37	67	53
Calzado de goma y polímero	73	189	121	54	49		

Dinámica del mercado legal de calzado en Ucrania durante los años 2008 - 2014, millones de pares



Volumen de ventas al por menor del calzado en Ucrania durante los años 2010 - 2014, millones de Hryvnias



4. Costos de nacionalización

4.1. Arancel de importación: 10%

Documento: [№ 584-VII del 19-09-2013 Ley de Ucrania “Sobre la Tarifa Unica de Ucrania”](#)
Vigente a partir del 01.01.2014

4.2. Recargo adicional de importación: 5.00 %

Documento: Se paga de acuerdo con las disposiciones de la Ley de Ucrania con fecha 28.12.2014 № 73-VIII “Sobre las medidas para estabilizar la balanza de pagos de Ucrania de conformidad con el artículo XII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994” y se aplica a las mercancías importadas en el territorio aduanero de Ucrania en el marco del régimen aduanero de importación, independientemente del país de origen de las mercancías y acuerdos (contratos) de libre comercio firmados por Ucrania
Vigente a partir del 26.02.2015

4.3. IVA (Impuesto al valor agregado): 20%

Se paga un impuesto indirecto sobre los bienes y servicios. El objeto es la importación de mercancías en el territorio aduanero de Ucrania, de acuerdo con la Ley de Ucrania № 713-VII con fecha 19-12-2013 “Sobre las enmiendas al Código Fiscal de Ucrania con respecto a las tasas de impuestos individuales”
Vigente a partir del 01.01.2014

4.4. Tasa única en los puestos de control fronterizos se paga en concepto de:

- Gastos para la realización de los controles legales de la carga y el vehículo;
- Peajes por circulación de vehículos en carreteras;

Se calcula y cobra en función del modo de movimiento (importación, tránsito) conforme un documento de pago único en función del tipo, capacidad o el peso total de los vehículos; se cobra también por la ejecución de controles sanitarios, veterinarios, fitosanitarios, radiológico y ecológico de mercancías y vehículos.

Sobre la base de la Ley de Ucrania № 1212-XIV con fecha 04-11-1999 “Acerca de la tasa única en puestos de control en la frontera estatal de Ucrania” Vigente a partir del 01.01.2008

5. Restricciones no arancelarias

Control radiológico: Al control radiológico están sujetos los productos mencionados en los Capítulos del 1 al 97 del Nomenclador Arancelario Único.

La vigilancia radiológica se lleva a cabo directamente en las fronteras por funcionarios de la Inspección Ambiental del Ministerio de Ecología y Recursos Naturales de Ucrania.

Documento: № 204 de 08.09.1999 “Sobre la aprobación del Reglamento de control ambiental en los puestos en la frontera del Estado”
Vigente a partir del 25.04.2009

6. Documentos exigidos en aduana

- Conocimiento de embarque (Bill of lading)
- Certificado de Origen
- Confirmación de venta o factura comercial o COS (Confirmation of sale)
- Licencias, permisos, certificaciones sanitarias o de calidad que correspondan

7. Requisitos sanitarios

Legislación vigente:

- El mercado del calzado se rige por la legislación vigente de Ucrania, incluyendo la Ley "Sobre protección de los Derechos del Consumidor» № 3161-IV de 01.12.2005
- La calidad del calzado debe ajustarse a las normas jurídicas vigentes, entre ellas: “GOST es una abreviatura de la Normativa de Estandarización Nacional
- GOST 1135-88 El calzado para el hogar y la calle. Técnicas generales. En lugar de GOST 1135-78 entró en vigencia el 01.07.1998.
- GOST 11373-88 Calzados. Tamaños.
- GOST 12.4.024-76.SSTB. Zapatos especializados. Protección contra vibraciones. Técnicas generales. Entró en vigencia el 07.01.1980.
- otras normas regulatorias.
- Certificación obligatoria para los zapatos de niños

8. Evolución de las importaciones ucranias

8.1. Análisis de las importaciones

Durante los años 90 y el 2000 el ingreso del calzado al mercado ucranio era prácticamente de contrabando. No se trataba de un contrabando abierto, más vale encubierto, pero igualmente disminuía colosalmente el valor en aduana. En la década de los 2000 los calzados ingresaban a Ucrania por un monto de 100 millones de pares de zapatos con un costo promedio de 20 centavos de dólar (es decir, 1 hryvnia), alguno que otro año ascendía a 1 USD. Obviamente eran precios “ridículos” que sólo podían encubrir el contrabando. Por esta razón no ingresaban los impuestos correspondientes a los derechos de importación y el 20% del IVA al presupuesto.

En el 2009 las importaciones ascendieron a 244 millones de USD, 230 millones USD menos que durante el 2008 (474 millones de USD)

El volumen de las importaciones de calzados durante el 2010 ascendió a 432 millones de USD, es decir, aumentaron en 188 millones de USD respecto del 2009.

En el 2011, en cambio el volumen de calzados disminuyó en 148 millones de USD respecto del 2009 y ascendió a 284 millones de USD.

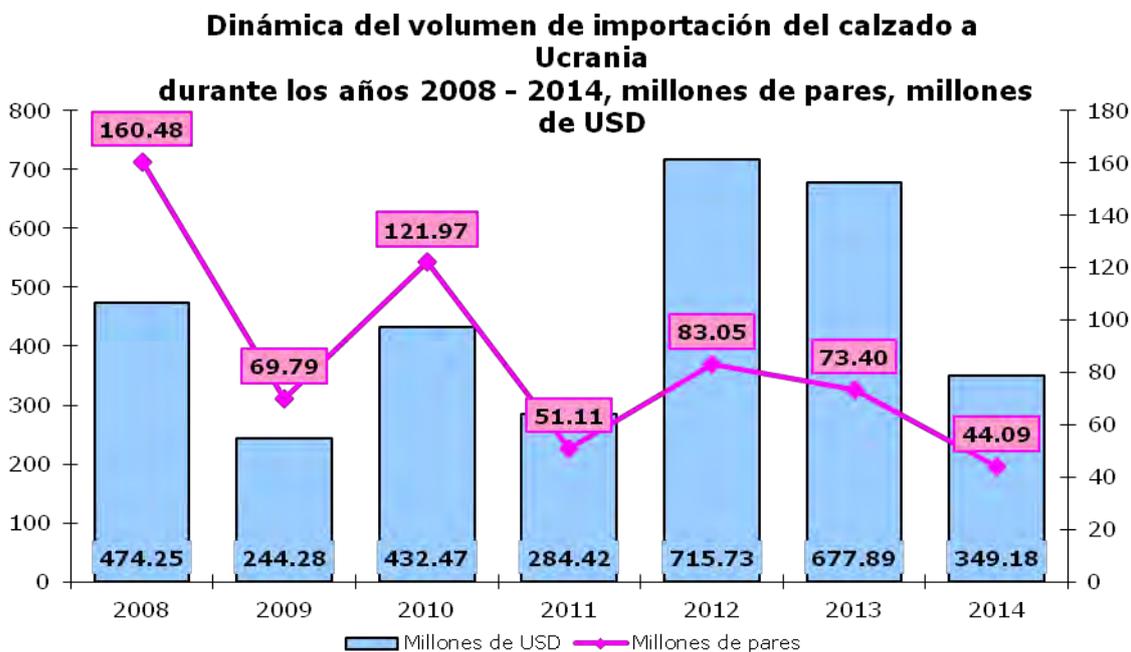
Durante el 2012 el volumen de importación aumentó en 3 veces, es decir aumentó en un 62,5% ascendiendo a 83,05 millones de pares de zapatos.

Según los operadores del mercado, la producción china ocupa el 70-85% del total del mercado. El principal problema es que la mayoría de esta producción ingresa al mercado Ucrania ilegalmente, estimándose que el monto del mismo asciende a 6 mil millones de USD.

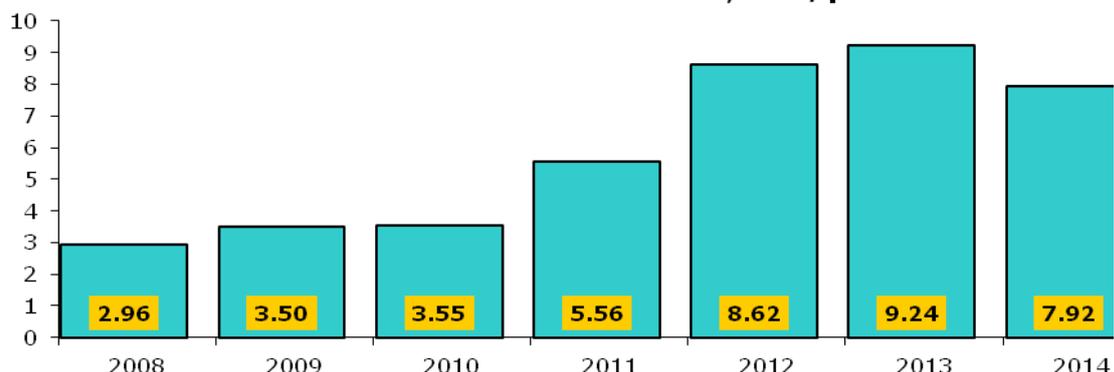
Ya en el 2012 se dió comienzo a una activa lucha contra el contrabando. En este sentido la aduana ucraniana cotejó con aduanas extranjeras a qué precio y en qué cantidades fueron importados y exportados los productos.

Las importaciones de calzado a Ucrania en 2013 ascendieron a 677,89 millones de USD, que equivalen a un aumento del 11,6% respecto al año anterior. El precio medio de importación aumentó a 9,24 dólares por par.

Durante el 2014 Ucrania disminuyó las importaciones en un 40% respecto del año 2013, el volumen alcanzado fue de 44,09 millones de pares de zapatos por un monto de 349,18 millones de USD. El precio medio de importación fue de 7,92 USD por par.



Precio medio de las importaciones de calzados a Ucrania durante los años 2008 - 2014, USD/par



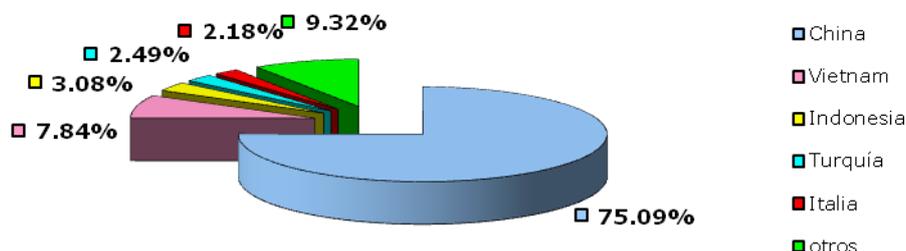
Principalmente, durante el 2012, ingresaron al mercado del calzado de Ucrania productos de procedencia China (85,15%), Turquía (4,47%) y Vietnam (2,11%).

La estructura geográfica de las importaciones de calzado no cambió, y China continuó siendo el líder con 81,96% del total de las importaciones.

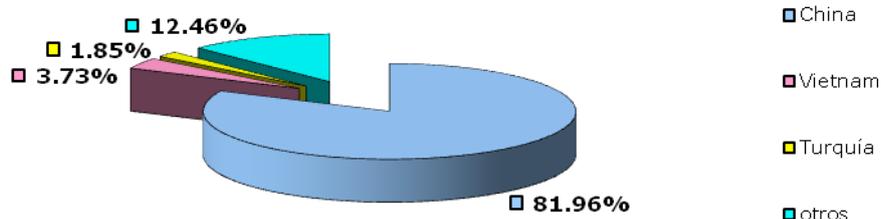
En 2014 los países con mayores volúmenes de importación de calzado a Ucrania fueron China (75,09%) y Vietnam (7,84).

En el 2015, los importadores de zapatos se ven obligados a reducir el ingreso de las nuevas colecciones de calzados. La escasez de divisa no sólo afecta a los importadores de productos terminados, también a los productores nacionales de calzado, ya que necesitan comprar materias primas en el extranjero. El Banco Nacional de Ucrania se comprometió a no imponer restricciones a la compra de moneda extranjera para el pago anticipado en virtud de los contratos de importación: se decidió que se podría comprar dólares sólo después de que las mercancías importadas fuesen entregadas en el territorio de Ucrania.

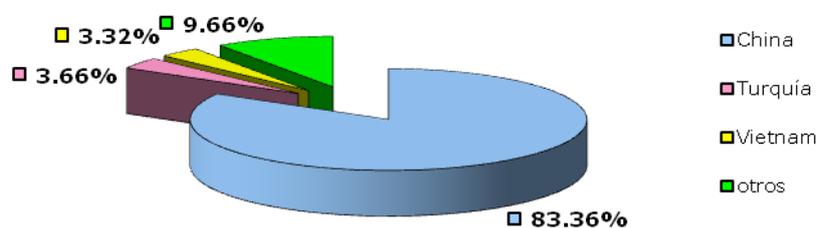
Estructura geográfica de las importaciones de calzado a Ucrania durante el año 2014, (en valor) %



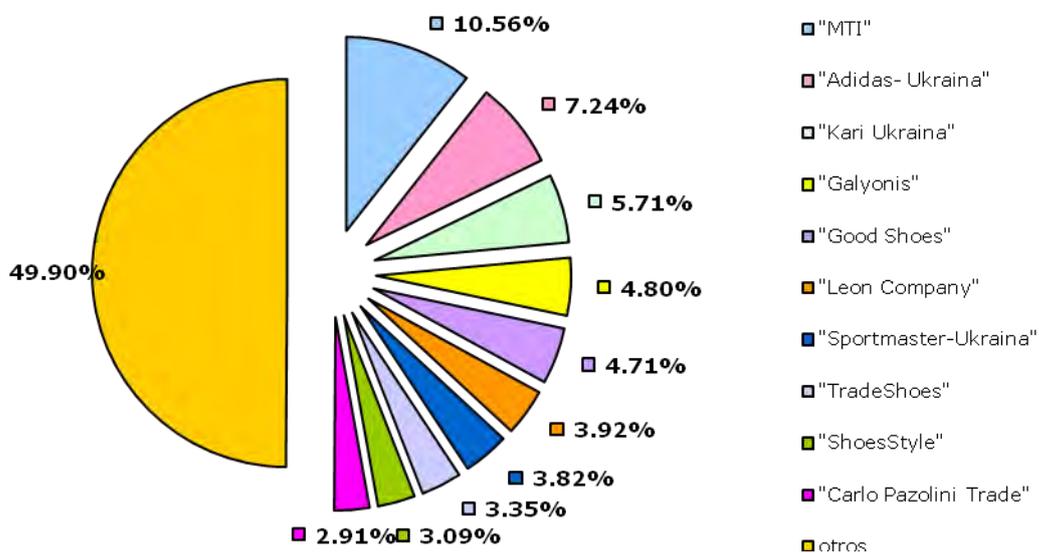
Estructura geográfica de las importaciones de calzado a Ucrania durante el año 2013, (en valor)%



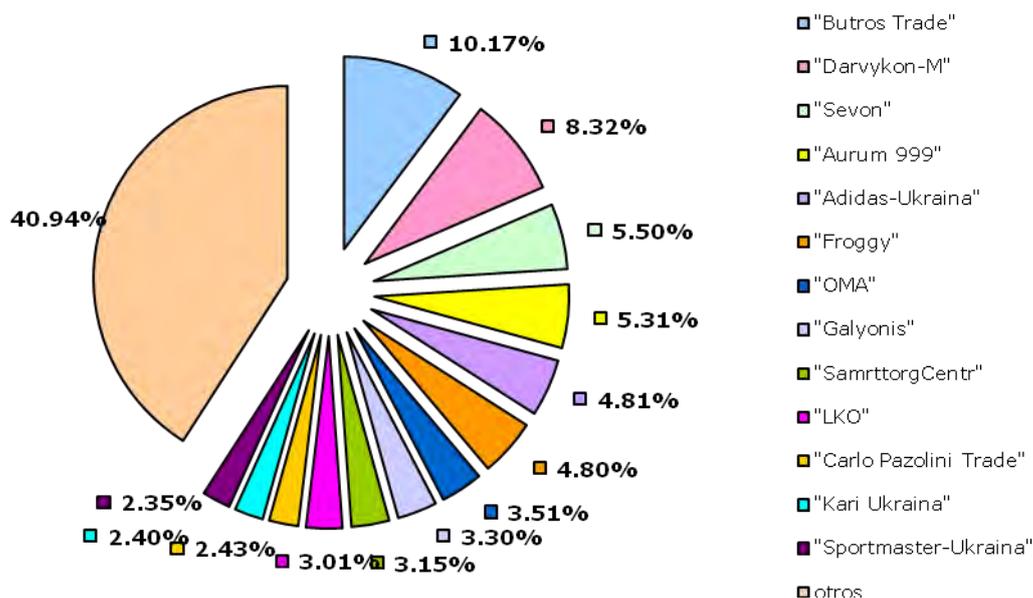
Estructura geográfica de las importaciones de calzado a Ucrania durante el año 2012, (en valor) %



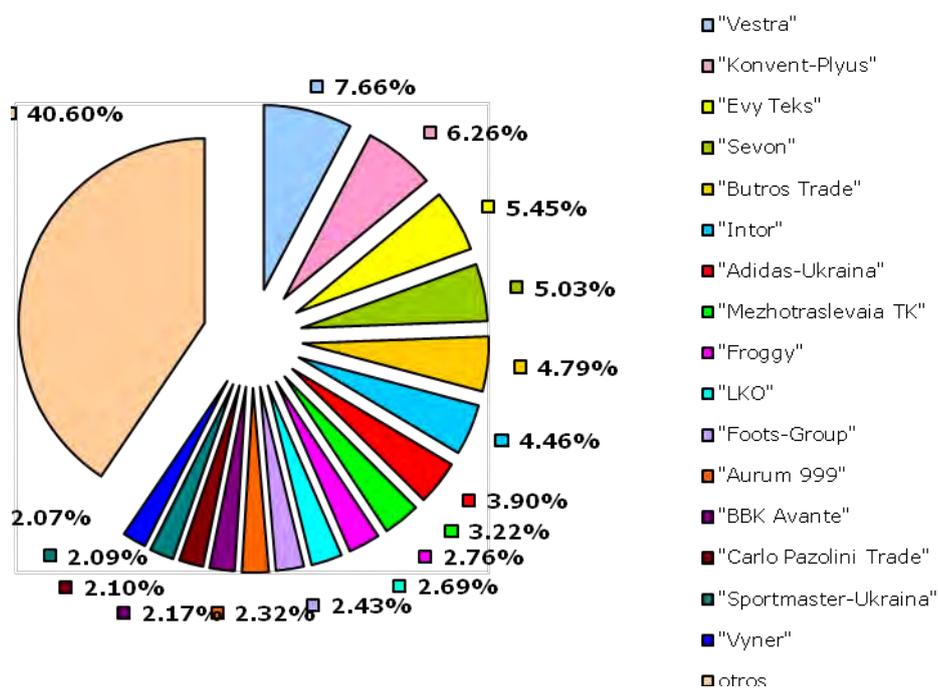
Principales importadores de calzado en Ucrania durante el año 2014 (en valor), %



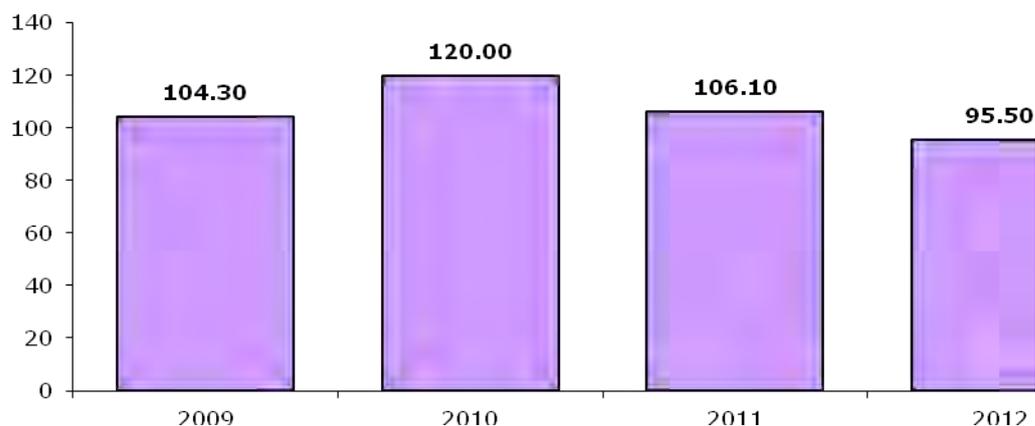
Principales importadores de calzado en Ucrania durante el año 2013, (en valor), %



Principales importadores de calzado en Ucrania durante el año 2012, (en valor), %



Dinámica del volumen de calzado importado a Ucrania durante los años 2009 - 2012, millones de pares



8.2. Analisis de las exportaciones

Durante el año 2009 las exportaciones ascendieron a 80,5 millones USD (18% menos que en 2008). El volumen de las exportaciones de calzado en 2010 ascendió a 96,4 millones de USD demostrando un aumento en 15,9 millones de USD respecto del 2009. El 2011 también mostró un aumento de las exportaciones ucranianas en 117,6 millones de USD, que muestran un ascenso del 22% respecto del 2010.

De acuerdo con el Servicio Estatal de Estadísticas, en el 2012 la exportación de calzado de Ucrania disminuyó en comparación con el 2011 en un 11,7% y en total se exportaron 13,51 millones de pares.

En el 2013 la exportación de calzado de Ucrania ascendió a 115,79 millones de USD que equivalen a un aumento del 11,5% en comparación con el año anterior (14,57 millones de pares), el valor aduanero del calzado aumentó a 7,93 USD por par.

En el 2014 Ucrania exportó por un monto de 111,61 millones de USD (14,22 millones de pares de zapatos). El precio promedio de exportación ascendió a 7,85 USD por par.

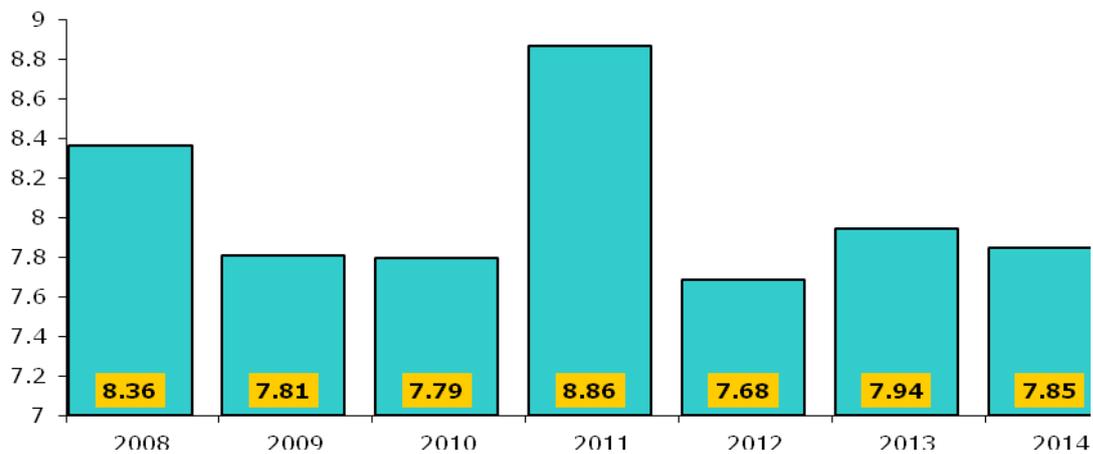
En los últimos años, varias empresas ucranianas exportaron a la Unión Europea cerca de 6-7 millones de pares de zapatos, lo que equivale alrededor del 20 % del total producido en Ucrania. Cerca de 6 millones de pares de zapatos Ucrania se exportan a los mercados de la CEI, principalmente a Rusia. Debido a los problemas con el mercado ruso, que se iniciaron en el verano de 2013, las ventas disminuyeron en un 10-20 %.

Según los expertos, el mercado de la CEI no se pierde por completo, se mantienen contactos con Bielorrusia, Moldavia y Kazajstán. Sin embargo, el mercado de la UE es diez veces más prometedor. Cada europeo compra cinco pares de zapatos al año mientras que un ucraniano tres. Con una demanda de 2,5 mil millones de pares de zapatos la UE produce solamente 0,3, con lo cual importa 2,2 mil millones de pares de zapatos. Los mayores productores de calzados en la UE son Italia y Polonia. La producción ucraniana le gana a la china por su relación calidad - precio, pero pierde en la logística.

Dinámica del volumen de calzado exportado desde Ucrania durante los años 2008 - 2014, millones de pares, millones de USD



Precio promedio de la exportación de calzado Ucrania durante los años 2008 -2014, USD / par

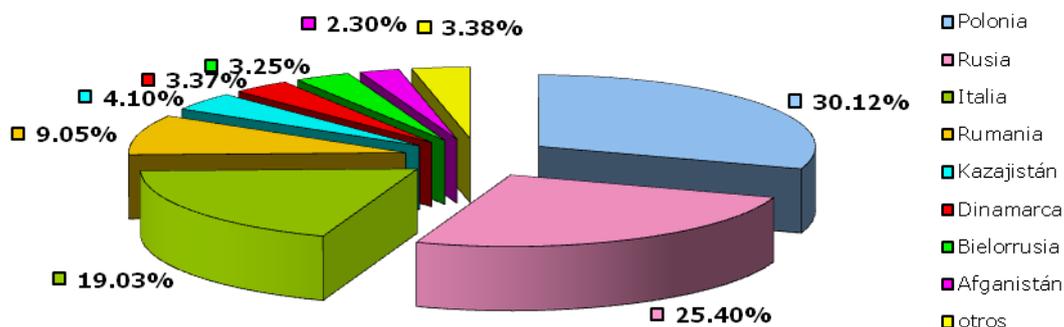


Los principales países con mayores volúmenes de calzado exportados durante el 2012 fueron Polonia, Rusia e Italia (con más del 71% de las importaciones totales en valor).

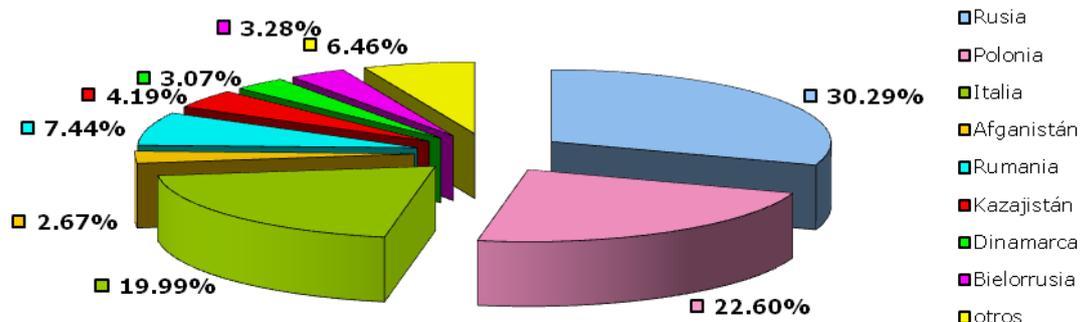
Los principales importadores del calzado ucranio en el 2013 fueron Rusia (30,29% del total de exportaciones de calzado), Polonia (22,6%) e Italia (19,99%).

En el 2014, los principales importadores de zapatos ucranianos fueron Polonia (30,12% del total de exportaciones de calzado), Rusia (25,4%) e Italia (19,03%).

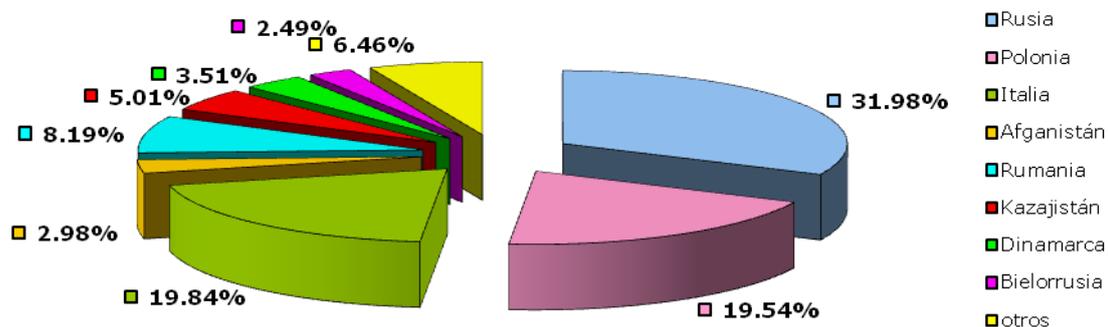
Estructura geográfica de las exportaciones de Ucrania durante el año 2014, (en valor), %



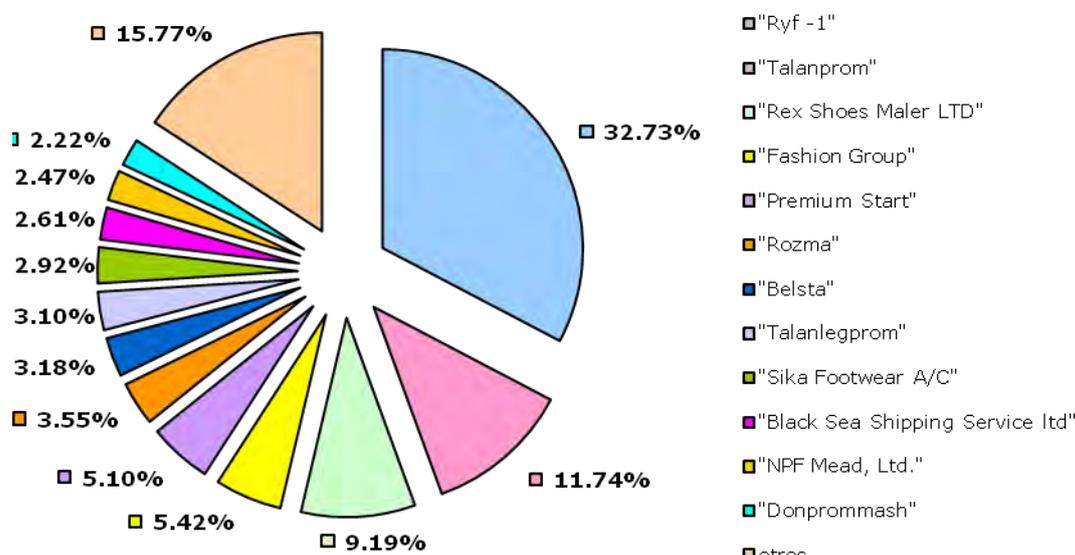
Estructura geográfica de las exportaciones ucrnianas durante el año 2013, (en valor), %



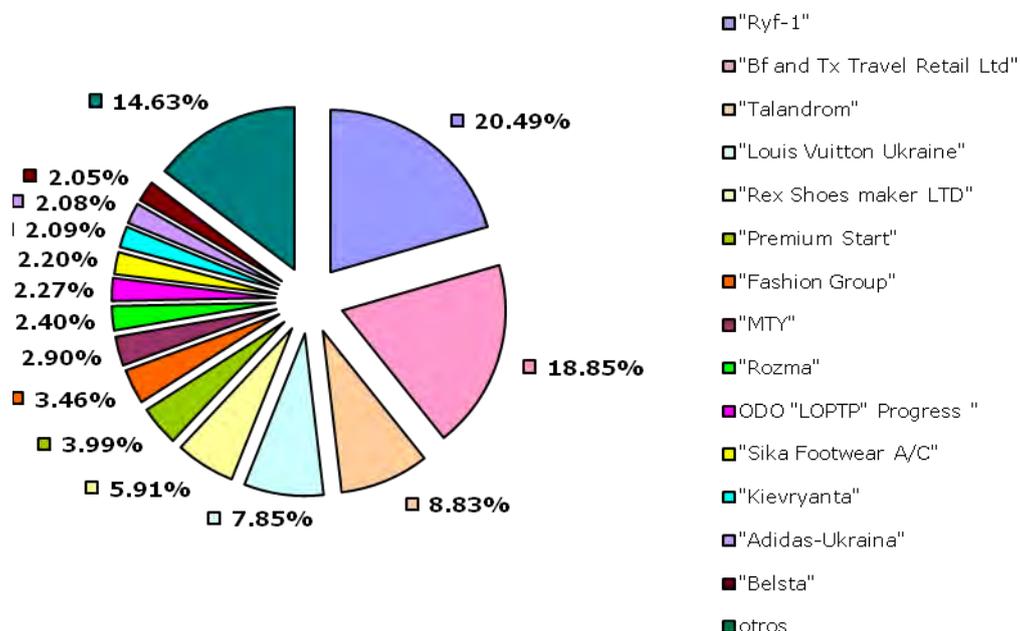
Estructura geográfica de las exportaciones ucrnianas durante el año 2012, (en valor), %



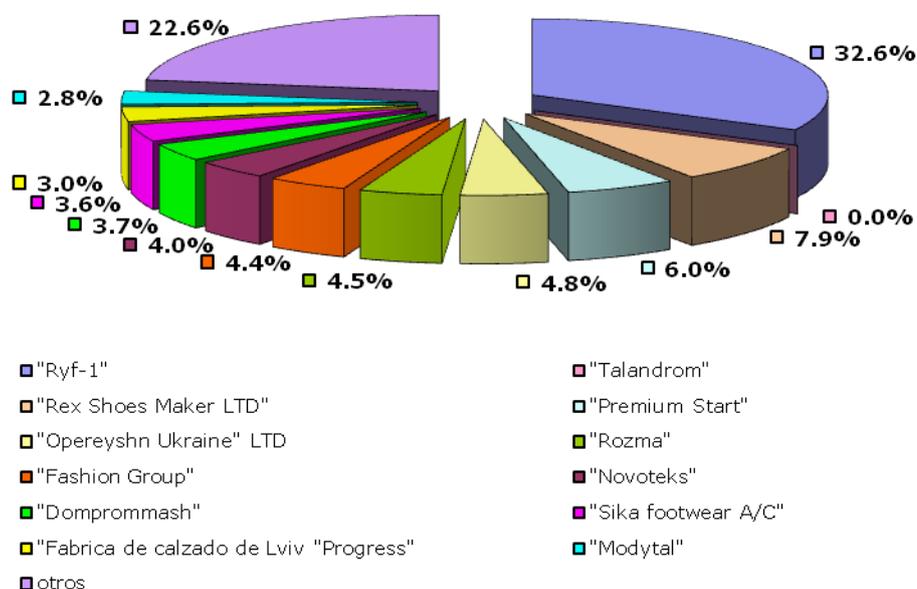
Principales exportadores de calzado de Ucrania durante el año 2013, (en valor),%



Principales exportadores de calzado de Ucrania durante el año 2012, (en valor),%



Principales exportadores de calzado de Ucrania durante el año 2011, (en valor), %



8.3 Principales operadores del mercado

En actualidad en el mercado ucraniano se desempeñan más de veinte operadores principales (mayoristas y fabricantes, con volúmenes de ventas mensuales de más de 2 millones de hryvnias) y más de 3.500 operadores pequeños.

La demanda en el mercado ucraniano para los zapatos se define por las grandes cadenas de venta, donde los especialistas forman la colección teniendo como referencia las tendencias europeas y mundiales.

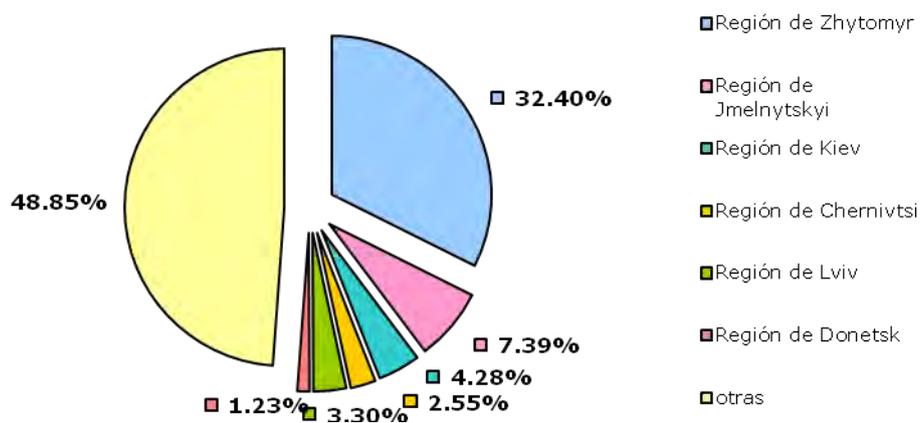
En Ucrania, desde hace tiempo trabajan los operadores siguientes: MTI (red comercial "Intertop"), "Royal Shose" (red de tiendas "Monarch") y "Carlo Pasolini Trading" (red de tiendas "Carlo Pazolini"). Pero en los últimos años, el número de actores en el mercado local ha aumentado, surgieron las nuevas marcas "Vasha para", "Vzuttieva Shafa", "Egle", "Respect", "Step by Step", "Welfare" ("Tvoye ulyublene vzuttya"), "Luciano Carvari" y otras. En Ucrania hay alrededor de diez cadenas de calzado distribuidas en todo el país y aproximadamente la misma cantidad que trabajan a nivel regional.

En el 2014, la empresa "Inditex" ha sido la única de los grandes minoristas globales que desarrollan activamente sus negocios en el mercado local. Otros, como H&M, C&A y Peek& Cloppenburg, aplazaron su entrada en el mercado ucraniano.

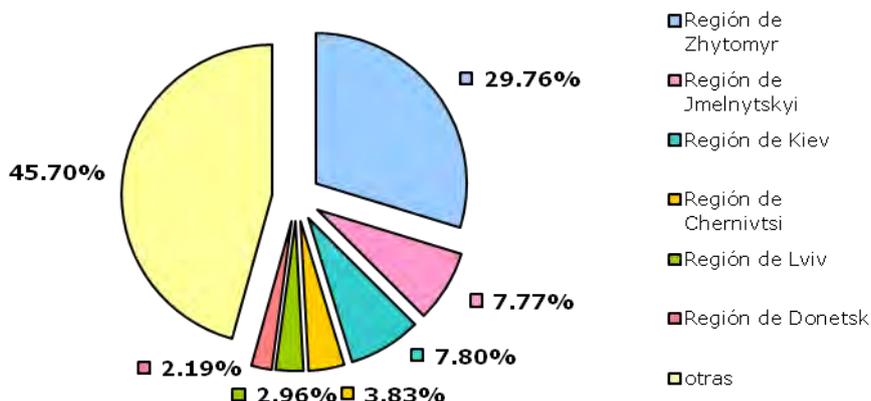
Durante el 2014, 9 marcas internacionales accedieron al mercado ucraniano, entre ellas "Alberta Ferretti", "Calzedonia y Intimissimi", "Keddo", "Pedro del Hierro", "Sinsay", "Doble Set" y "Vittorio Speranzoni".

Al mismo tiempo, algunas empresas han abandonado el país o han reducido cuantitativamente el número de tiendas.

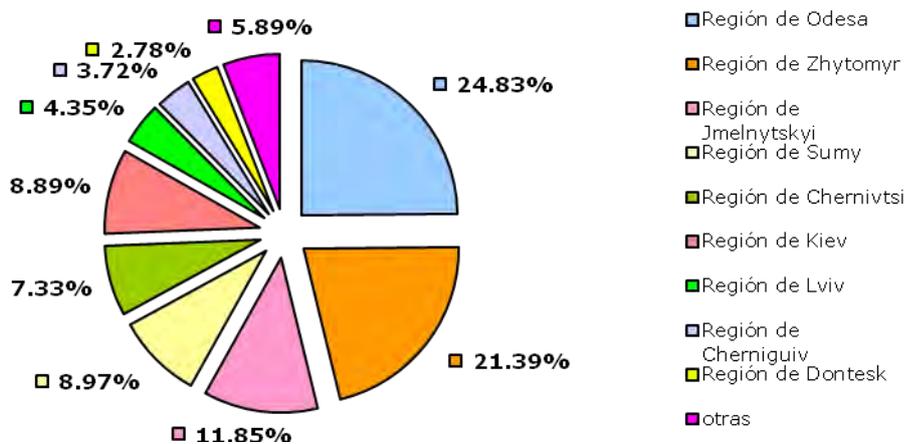
Producción de calzado ucranio por regiones durante el año 2013 (en volumen), %



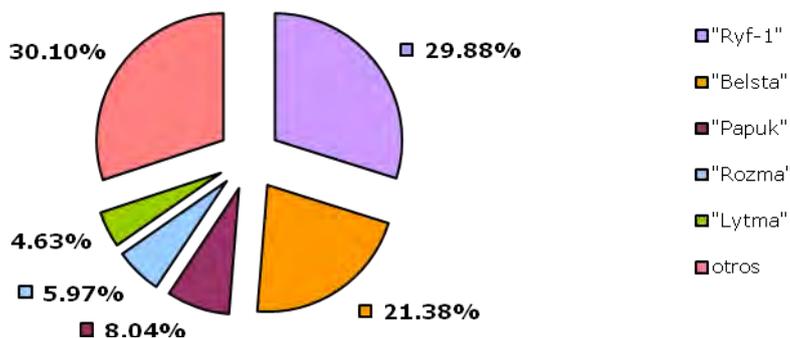
Producción de calzado ucranio por regiones durante el año 2012 (en volumen), %



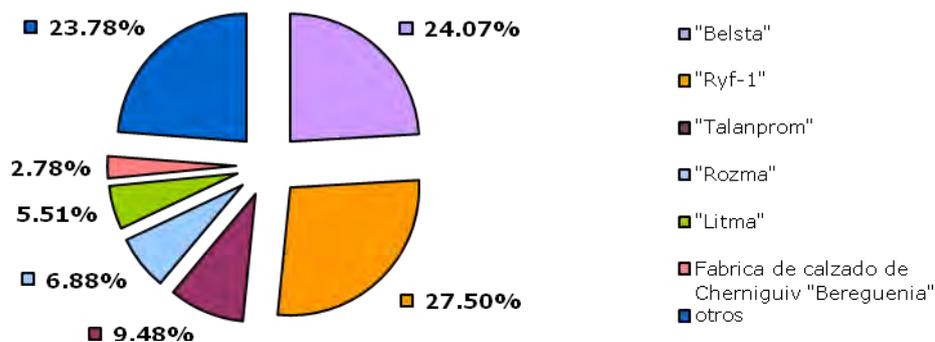
Producción de calzado ucranio por regiones durante el año 2011 (en volumen), %



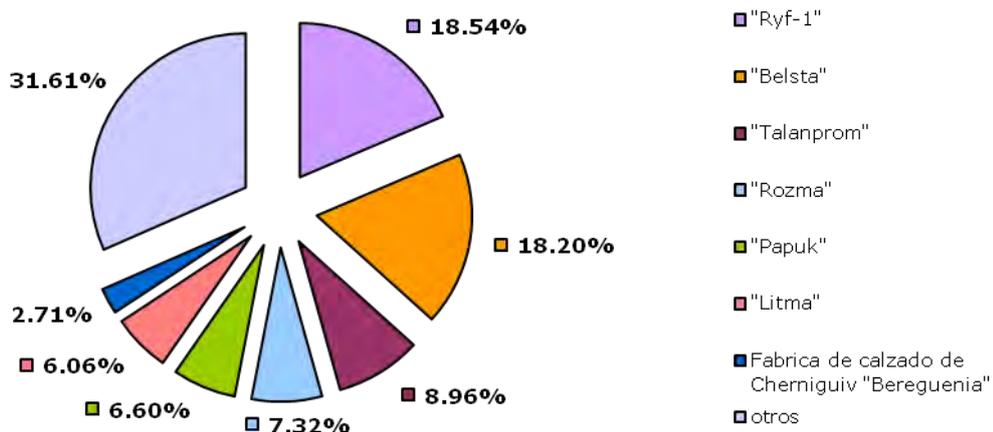
Principales productores de calzado en Ucrania durante el año 2013 (en volumen), %



Principales productores de calzado en Ucrania durante el año 2012, (en volumen), %



Principales productores de calzado en Ucrania durante el año 2011, (en volumen), %



9. Niveles de precios

Según las características económicas (niveles de precios) de los zapatos presentes en el mercado ucraniano, se puede dividirlos en tres segmentos principales:

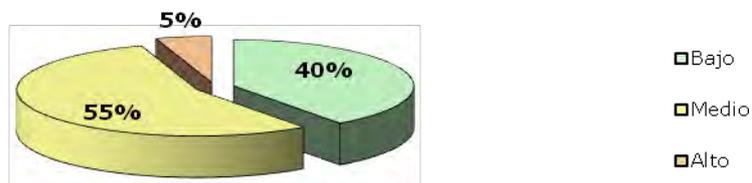
- de bajo precio: los zapatos de este nivel de precios se venden en los bazares, tiendas especializadas en calzado de baja calidad de cuero artificial (hasta 250 UAH, equivalentes aprox. a 12 USD). Este segmento representa el 35% de las ventas;
- de precio medio: en este segmento se sitúan todas las zapaterías especializadas (de 250 a 800 UAH, equivalentes aprox. de 12 a 40 USD). Este segmento representa el 60% de las ventas;
- de alto precio: son las boutiques que ofrecen productos exclusivos. Este segmento de precios representa el 5% de las ventas en el mercado del calzado (de 2000 UAH, equivalentes aprox. a 100 USD y superior)

Durante el año 2014 los precios de los zapatos en las tiendas en Ucrania subieron un promedio de 2 a 3 veces en hryvnias debido al cambio brusco de la paridad hryvnia/USD, y no se espera que los precios bajen. Según los expertos, en los nuevos precios ya están incluidos los riesgos y las expectativas negativas de los fabricantes.

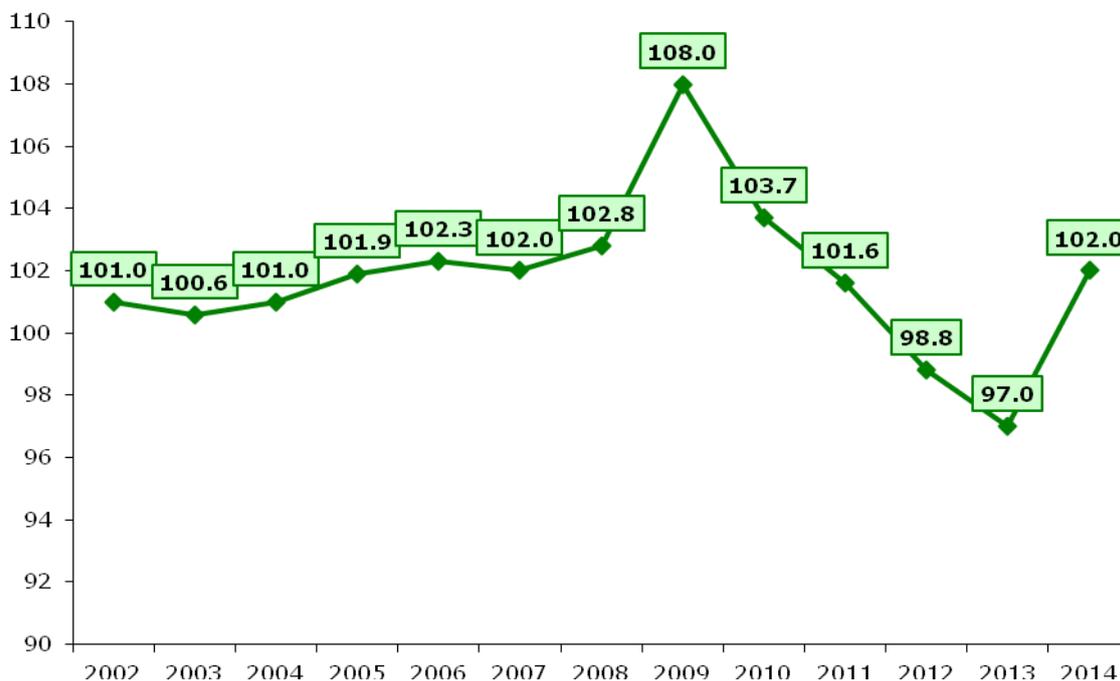
En este sentido, los expertos predicen que el consumidor de la clase media con gustos refinados deberá pasar a las marcas del mercado de masas –“mass-market”

Precios de los calzados de la colección otoño-invierno del 2012 según el segmento, en USD por par		
Segmento	Precios mayoristas	Precios minoristas
De lujo	201-450	601-1000
Alto	131-200	401-600
Medio plus	55-130	121-400
Medio	40-60	81-120
Bajo	5-39	30-80

Segmentación del mercado de calzado en Ucrania según el precio durante el año 2012



Dinámica de los cambio en los índices de precios al consumidor para ropa y cazado en Ucrania durante 2001 - 2014 (% respecto del año anterior)



10. Consumo

10. 1. Preferencias del consumidor

El principal comprador de calzado (40%) son los jóvenes de 17 a 30 años. Al grupo de 30 a 45 años le corresponde el 25%; y en las personas de edad avanzada (más de 50 años) recae el 15% de las ventas.

En cuanto a la frecuencia de compras, en el medio de una crisis, la misma se ha reducido de 3 a 2 pares de zapatos por persona al año, se formó una tendencia en la que los compradores buscan la mejor oferta de zapatos en la relación calidad-precio, comparando las ofertas en diferentes tiendas. Alrededor del 80% prefieren los productos de temporada, mientras que el 20% son “amateurs” de rebajas.

Desde el año 2011, el 70% del mercado lo ocupan los zapatos para las mujeres, el resto de la cuota de mercado se distribuye entre los zapatos para hombres y los zapatos para los niños. La mayor demanda en el consumo de calzado presenta el calzado para todos los días (35%) y para deportes (30%).

En temporada fría, los zapatos más populares son de colores oscuros (todos los tonos de marrón, negro, gris y verde). En el tiempo de verano, lo contrario: de colores claros y llamativos. En cuanto al material, se da preferencia a los productos de cuero genuino (70%).

Los principales criterios en la selección de ropa y calzado en Ucrania son los precios e imagen (presentación). Para los consumidores ucranianos la alta calidad de ropa y zapatos no es lo más importante; para ellos es importante crear una imagen de persona moderna e ir a con la moda. En este sentido, son de mucha popularidad en el mercado los productos de

colores llamativos, modernos, de estilo de “salir por la noche”. Dichos productos generalmente se incluyen en los segmentos “fashion” y “evening collections” y representan más de la mitad de los productos en el mercado. El resto del mercado está representado por los zapatos de estilo democrático y discreto, la llamada “colección básica”.

Los compradores jóvenes de 21 a 35 años (hombres y mujeres) prefieren el zapato de moda, el estilo y el estatus. Tienden a tratar de encontrar y comprar un modelo muy elegante y con estilo, de acuerdo con las nuevas tendencias.

Los compradores de 36 a 60 años, a menudo eligen modelos universales, mostrando requisitos especiales para la calidad, la comodidad y la altura del tacón.

Los expertos dicen que la demanda de los nuevos zapatos depende de tres factores.

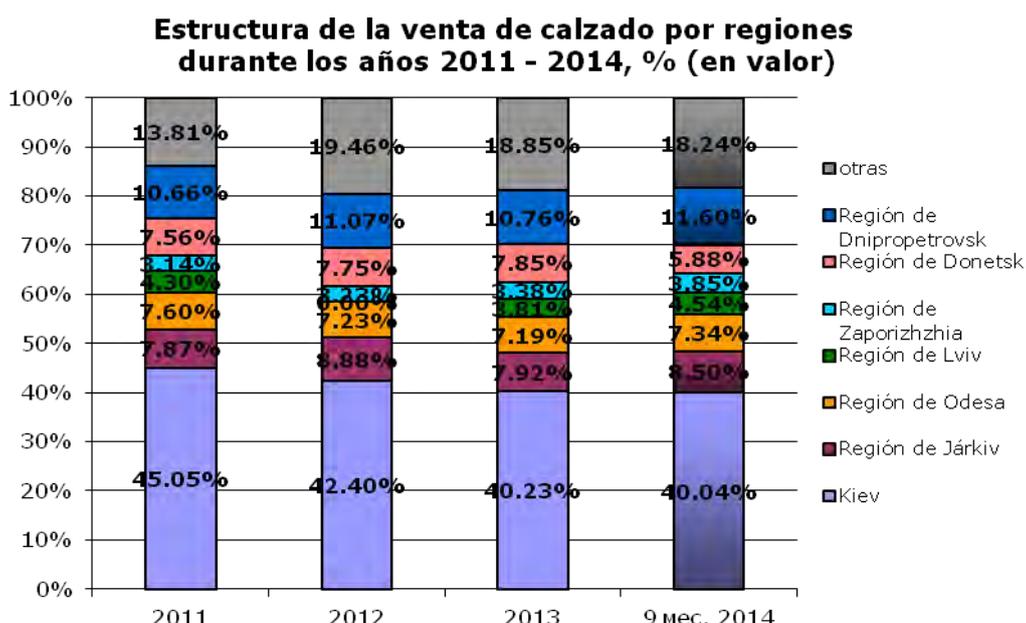
En primer lugar, de las condiciones climáticas: durante la temporada de lluvias aumenta la demanda de botas de goma y en el frío para los zapatos de piel.

En segundo lugar, del crecimiento de los precios de los servicios públicos, la medicina, los alimentos básicos, etc.

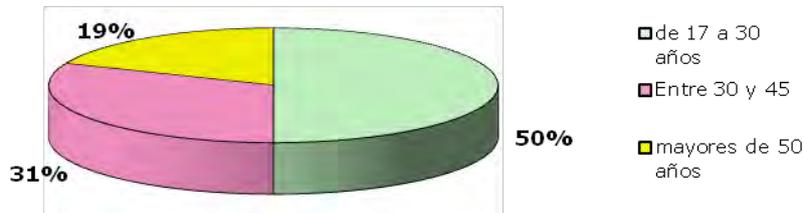
En tercer lugar, del estilo de vida de los consumidores. En particular, este año fue notable la reducción en el número de eventos sociales, incluyendo visitas a restaurantes.

10.2. Características regionales de consumo

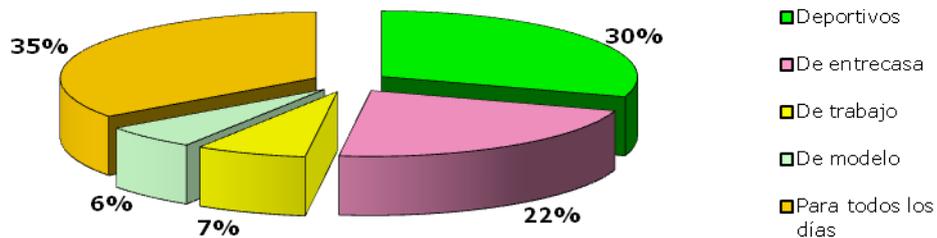
Si tenemos en cuenta las características regionales del consumo de calzado, podemos decir que el volumen principal de las ventas de estos productos recae en la ciudad de Kiev (40,04% en el total de ventas del zapato), le sigue Dnipropetrovsk (11,6%), Kharkiv (8,5%), Odessa (7,34%) y Donetsk (5,88%).



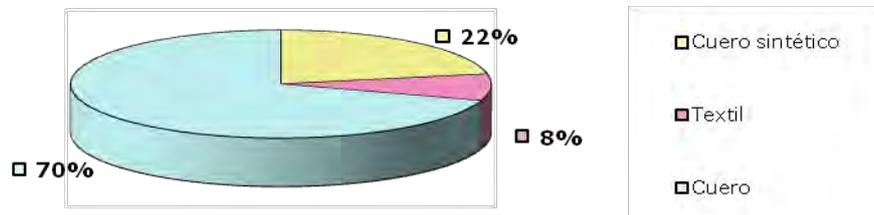
Segmentación de los consumidores según la edad, durante el año 2011



Estructura del consumo según el tipo de calzado durante el año 2011



Estructura de consumo según el material del calzado



11. Canales de comercialización

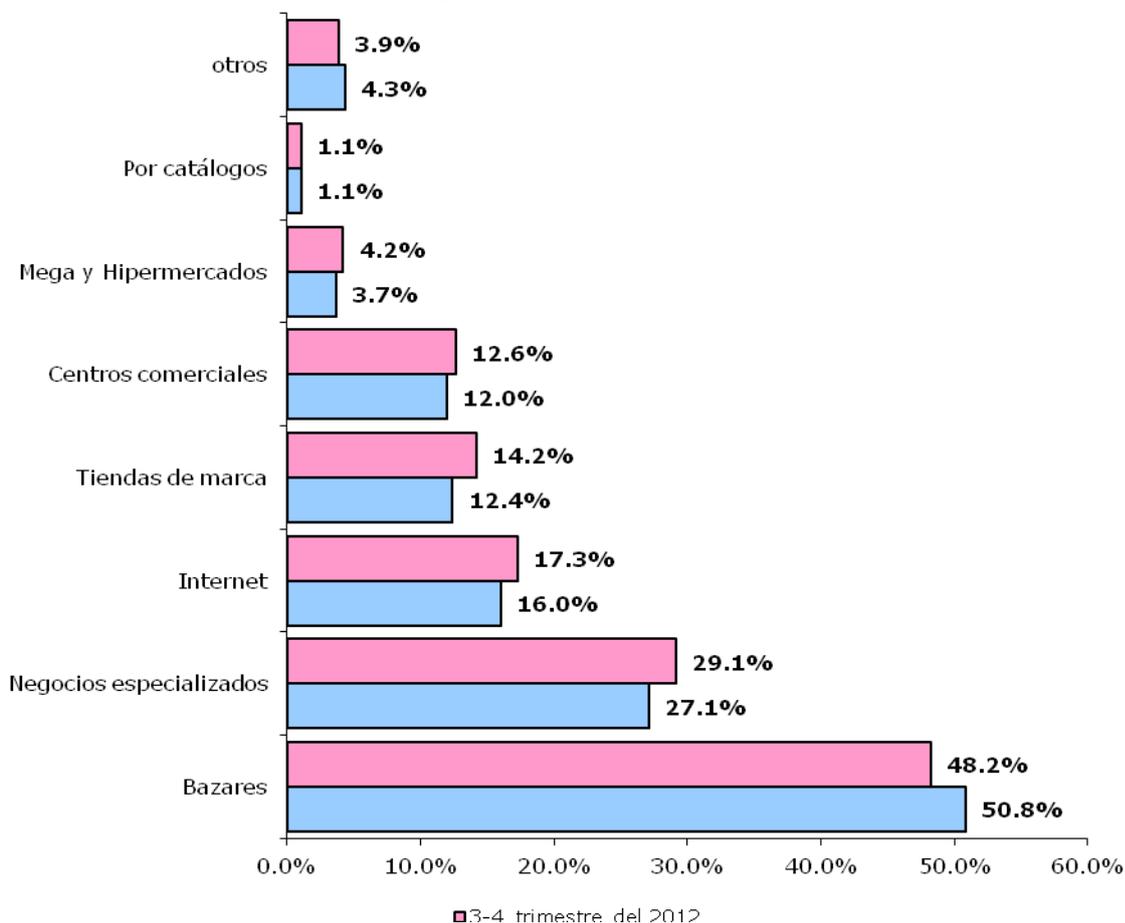
En lo que respecta a los canales de venta, el mercado de calzado se divide en importadores, mayoristas, distribuidores y minoristas. A su vez, los mayoristas trabajan con minoristas en términos de la postergación de pago o en condiciones de pago una vez vendido el producto. Además, los mayoristas a menudo actúan como acreedores para el segmento de la pequeña empresa, lo que resulta una dependencia total de estos últimos de los mayoristas.

En las grandes redes comerciales los bienes adquiridos por intermedio de los mayoristas, constituyen aproximadamente del 20 al 30%. El resto de zapatos se reciben directamente de las fábricas extranjeras (“outsourcing”). Los grandes centros comerciales trabajan con una variedad importante de los productores extranjeros sobre la base de contratos a largo plazo, el número de artículos importados se programa por un período de cada seis meses. En tales casos, las interrupciones de suministro están excluidas.

En general, hay dos formatos de funcionamiento de tiendas de zapatos. En primer lugar, los convencionalmente llamados “supermercados de zapato”, que no implican un

enfoque individual a la venta, el comprador elige el modelo apropiado. En la sala comercial se crea un espacio único de comercio que tiene zonas especiales. El segundo formato son las pequeñas tiendas, que tratan de atraer al consumidor siguiendo el estilo de trabajo “boutiques” y practicando un enfoque individual (a precios exagerados, por supuesto) para cada cliente.

Estructura de las ventas de calzado en Ucrania según tipos de negocios, durante el año 2012, %



12 Principales centros de consumo del producto

La población urbana representa la mayor cantidad de consumidores de productos objeto del presente estudio. En las grandes ciudades como Kiev, Khrakov, Dniepropetrovsk, Odessa, Zaporozhie y Lviv, con una población de 1 millón y/o más de habitantes, el consumo se aproxima a la demanda de los países europeos.

En los pueblos y zonas rurales del país, el consumo sigue siendo relativamente bajo.

13. Embalajes y etiquetado

De acuerdo con la Norma Estatal 4142: 2002 (GOST 7296-2003) "Calzado. Marcado, envasado, transporte, almacenamiento" los zapatos deben tener un etiquetado obligatorio.

Se aplica tanto en los zapatos como en su empaquetamiento. Las marcas en el embalaje deben contener la siguiente información:

- descripción del calzado;
- nombre del país de fabricación;
- nombre del fabricante;
- características de consumo básicos: el color de los zapatos, el tipo de material de la parte superior, suela y forro; el tamaño y la exhaustividad, el artículo (número de modelo);
- para los zapatos de los niños: información sobre la certificación obligatoria;
- dirección del fabricante (para los fabricantes nacionales - dirección postal completa, para el calzado importado - país, ciudad y correo electrónico);
- designación de un documento normativo, sobre el que se produjo el zapato (para los productores nacionales);
- marca del fabricante (si está disponible);
- fecha de producción (mes y los dos últimos dígitos del año que se colocan con los números arábigos).

La marcación puede ser complementada con información sobre la certificación voluntaria del fabricante, el signo de la conformidad con las normas estatales de zapatos, así como otras informaciones de interés para el consumidor.

Cada zapato de cuero debe tener las marcaciones siguientes: marca comercial de la empresa, talla, anchura, artículo de modelo, el estilo, la fecha de su expedición.

El marcado de los contenedores de transporte (cajas) se debe complementarse con información sobre el número de pares de zapatos, el rango de dimensión, la fecha de envasado y el número del envasador.

Garantía:

Se establecen los siguientes períodos de garantía para los zapatos en venta:

- zapatos de uso cotidiano - de 60 a 80 días;
- calzado de modelo – de 40 a 45 días;
- de caucho - 90 días.

14. Principales puntos de acceso al mercado

Para el exportador extranjero el medio de transporte más confiable es el marítimo, a través de los 18 puertos que cuenta Ucrania; incluidos Odessa, Illichiovsk y Mariupol. Se sugiere también analizar la logística de las mercaderías argentinas a través de los puertos europeos y su transporte posterior por camión hacia el depósito del cliente ucranio.

El transporte ferroviario es otro medio de transportar bienes a través del país. El transporte ferroviario de mercancías tiene su importancia debido a la dimensión geográfica de Ucrania y el relativamente alto nivel de dispersión de su población.

Los principales canales de distribución están ubicados generalmente en las ciudades con población de más de 1 millón de habitantes (Kiev, Khrakov, Dniepropetrovsk, Odessa, Zaporozhie, Lviv) que cuentan con aeropuertos para pasajeros y para la recepción de aviones de carga, así como también con centros logísticos en sus alrededores.

15. Zonas francas

En la actualidad en Ucrania no hay zonas francas. De acuerdo con el Primer Ministro de Ucrania Arseniy Yatsenyuk: “las zonas económicas de libre comercio ya existieron en Ucrania en los años anteriores, pero no tuvieron un efecto positivo en la economía ya que se han convertido en centros de corrupción”

Fuente: <http://economics.unian.net/industry/1059837-yatsenyuk-schitaet-nenujnyim-sozdanie-svobodnyih-ekonomicheskikh-zon-v-ukraine.html>.

No obstante, este país aprobó la Ley sobre parques industriales que se considerarán “zonas de desarrollo prioritario, incluyendo un régimen impositivo especial para inversores y productores extranjeros”.

16. Ferias y exposiciones generales y especializadas

- “LEATHER & SHOES” del 20 al 23 de enero del año 2015.
- EXPO SHOES del 7 al 10 de abril de 2015
- LEATHER & SHOES, EXPO FUR, TEXTIL EXPO del 21 al 24 de julio de 2015
Se celebran en el Centro de Exposiciones Internacionales, Ciudad de Kiev, Av. Brovarkoy, 15,

www. www.artexpo.ua
e-mail: office@artexpo.ua
leather@ukr.net

tel./fax +38 044 254 63 80
tel. +38 098 055 55 55
tel. +38 097 088 88 88
Contacto: Sra. Oxana Darmastuk, Project Manager
oxana@artexpo.ua
Cel. 38 067 719 0247

17. Asociaciones sectoriales

La Unión de cueros y calzado de Ucrania - Ukrainian Leather And Shoes Union- es una organización que fue fundada en el año 2000. Desde sus inicios ha logrado presentar a los profesionales una plataforma única para conectarse e interactuar entre sí y también ha ayudado a conocer y entender los detalles de la producción y comercialización de productos en el exterior e interior del país.

La organización también es conocida por albergar una serie de eventos y ferias a través de las cuales se promueve el sector y también se mejora la difusión de información y experiencias acerca de la industria.

Reúne a todos los profesionales y expertos del sector en los siguientes eventos: LEATHER & SHOES, EXPO FUR, TEXTIL EXPO, organizadas y gestionadas por esta organización líder.



Ucrania
04086 Kiev
3 Bakynskyi Lane
Tel: +38 0 44 254-63-80 / +38 097
Fax: +38 0 44 254 6310
Email: leather@ukr.net
www.artexpoua.com
<http://cec-footwearindustry.eu/en/a-propos/members-and-observers>

18. Listado de importadores

Principales Operadores				
Operador	Dirección	Teléfono	E-mail	web
Corporación "MTI"	Kyiv, c/ Pymonenko, 13	(+38044) 5903092	shoes@mti.ua	www.inter top.ua
"Royal Shoes"	Kyiv, c/ Chervonoarmiiska 143/2, 5 piso	(+38044) 2810088		www.mon arch.ua
"Luciano Carvari"	Dnipropetrovsk, c/ Konsomolska 78B	(+38056) 3702755		www.carvari.com
Grupo "Carlo Pazolini"	Kyiv, Ave. Pobyda19	(+38044) 2369990	public@pazolini.ru	www.carlopazolini.ua
"Vasha Para"	Dnipropetrovsk, Ave. Carl Marks46	(+38056) 7448602		www.footwear.dp.ua
"Vzutyeva Shafa"	Kyiv, Ave. Peremogy 28B	(+38044) 4920684	napishi@bosi.com.ua	www.bosi.com.ua
"Casa de calzado "Respect"	Kyiv, c/ Myshuhy 4	(+38044) 4920684	napishi@bosi.com.ua	www.bosi.com.ua
"Step by step"	Kyiv, c/ Malyshko Andriy, 3	(+38044) 5441803		
"Welfare"	Kyiv, c/ Mashynostroytelna 44	(+38044) 2062100	info@welfarekiev.com	www.welfarekiev.com
"Mida LTD"	Zaporozhia, c/ Vostochna 1	(+38061) 2173353, 2173422, 2173423, 2967060		www.mida.zp.ua
"Ovsiznnykov"	Zaporozhia, c/ Chekistov 35	(+3806122) 44199		
"Xhinbar"	Kyiv, c/ Kurenivska 21	(+38044) 4684271	chinbar@iptelecom.net.ua	www.chinbar.com.ua
"Valtex"	Región de Kyiv, c. Bilo Tserkva, c/ Gordynskoho 2	(+3804463) 55658	almel.mgr@valtex.kiev.ua	www.valtex.org.ua

Principales Operadores				
Operador	Dirección	Teléfono	E-mail	web
“Topas”	Dnipropetrovsk, c/ Maiakovskogo 15	(+38056) 3705484	topas70@mail.ru	www.topas.com.ua
Corporación “LKK”	Kyiv, c/ Snovska 20		info@lkk.com.ua	www.lkk.com.ua
“Ryf-1”	Kyiv, c/ Kurenievskiyi 17	(+38044) 4681246, 4675855	prima@inblu.ua	www.inblu.ua
“Belsta”	Región de Odesa, c. Belgorod-Dnistrovskiyi, c/ Leona Popova 3	(+3804849) 35700		
“Rozma”	Chernivtsi, c/ Prutska 29	(+380372) 525315, 585154, 522464, 523159		
“Litma”	Jmelnitskiy, c/ V. Cjornovola 174/6	(+380382) 748992, 748993, 745077	info@litma.com.ua , litma@mitel-ua.com	www.litma.com.ua
“Krok”	Zhynomyr, c/ Heroiiv Pozharnyj 122	(+380412) 241924, 243507, 243620, 243506, 241892		
“Talanprom”	Kyiv, c/ Saksaganskogo 77	(+38044) 2895800, 2894338	info@talan.in.ua	www.talan.in.ua
“Sjyd”	Jmelnitskiy, c/Trudova 5/3			
“Fábrica de calzados de Cherniguiiv “Beregynya”	Cherniguiiv, c/ Rodemtseva 16	(+380462) 608513, 608489	beregynya@ok.net.ua	http://beregynya.com.ua
“Alytony”	Rrgión de cherniguiiv, c. Prylukym c/ Zemskaia 76/A	(+3804637) 37253		
“Adidas Ukraina”	Kyiv, c/ Jvoiky 15/15, 2 piso	(+38044) 4902830, 4902835	k.nikolayeva@noiletmedia.com.ua	www.adidas.com

19. Recomendaciones para los exportadores argentinos

Los analistas predicen que en los años 2015 a 2019 habrá un crecimiento del mercado ucranio de calzado (el potencial de crecimiento es muy grande).

Al mismo tiempo, la tasa de crecimiento será significativamente menor que antes de 2013, cuando el mercado en términos monetarios aumentaba anualmente en más de un 20%.

El ritmo de crecimiento será en el rango del 1 al 10% al año, según las previsiones de los expertos.

La mayor demanda continuará siendo para los zapatos de cuero, y los operadores del mercado tratarán de satisfacer las necesidades de los consumidores.

El futuro de la zapatería pasará a los centros comerciales; entre los canales de venta prometedores los expertos mencionan los hipermercados y supermercados, que aumentan áreas del grupo de productos no alimentarios, donde un lugar significativo le corresponde a los zapatos.

Los bazares y tiendas de venta de zapatos más baratos y de mala calidad, seguirán existiendo, sobre todo en los pequeños centros regionales, donde los ingresos de los habitantes son mucho más bajos que en las grandes ciudades.

Además, el pronóstico indica un mayor endurecimiento de la competencia ya que el mercado del calzado de Ucrania le interesa a Rusia, Polonia, Turquía, Eslovenia y otros países. Mientras que los empresarios de Europa Occidental consideran a Ucrania no sólo como un mercado de venta de sus productos, sino también como el potencial industrial para la manufacturación de sus productos con la marca comercial propia.

En los próximos años, según los expertos, la participación de la marca de distribuidor en el sector minorista del calzado va a crecer. La fabricación de calzado de sus propias marcas se producirá en el segmento de lujo. Las tiendas promoverán activamente ventas a través de la organización de rebajas de temporada o descuentos.

Las perspectivas para los productores ucranianos de calzado se basan en el potencial del mercado interior, la capacidad del cual se estima en no menos de 150 a 170 millones de pares de zapatos de todo tipo por valor de al menos de 2,5 a 3,0 mil millones de USD. El mercado ucraniano del calzado es bastante resistente, pero en los últimos años hubo una ligera reducción de su capacidad debido a la reducción en la demanda de los consumidores que los operadores encuentran un poco preocupante.

Hoy en día, los expertos señalan la alta dependencia del mercado ucraniano de los productores y las importaciones extranjeras. El aumento constante en el precio de los zapatos del extranjero atrajo la atención de los consumidores a los productos nacionales. Para el empresario, que planea abrir su propia fábrica de zapatos, esto es una gran ventaja. La producción de calzado en Ucrania se amortiza en seis meses, dicen los agentes del mercado. Los marketólogos ven el crecimiento del mercado y prometen que hasta el año 2016 el mismo alcanzará el nivel anterior a la crisis de 2008.

En nuestra opinión, el mercado ucraniano de calzado podría ser prometedor para el productor y exportador argentino de los componentes y partes para la fabricación de calzado. Ucrania nunca ha producido materiales tales como polímeros para la fabricación de suelas, productos químicos para el cuero, así como equipos para la industria del calzado.

Fuentes:

Comité Estatal de Estadísticas de Ucrania <http://ukrstat.gov.ua>
<http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3161-15>
http://info-norma.org/pages/normu_i_normativu/tex_tovarved.html
<http://www.vsegost.com/Catalog/48/487.shtml>
<http://www.rosbalt.ru/2010/09/03/768400.html>
<http://www.sostav.ua/news/2010/07/30/11/33185/>
<http://pr.meta.ua/read/13109>
LigaBusinessInform
<http://delo.ua/opinions/ukrainskie-proizvoditeli-obuvi-stradajut-iz-za-nedobrosovestnogo-175695/>
<http://blogs.pravda.com.ua/authors/okhrimenko/5193bc09e2ed7/>
<http://ru.franchising.ua/statya/1935/pokupaem-obuv-gorodom/>
<http://www.capital.ua/news/7097-obuvnaya-set-keddo-vykhodit-na-ukrainskiy-rynok-assotsiatsiya-riteylerov-ukrainy>
<http://www.marketing-ua.com/marketingnews.php?id=24507>
<http://ianp.com.ua/ru/news/travel/read/28567>
<http://news.ub.ua/ru/53777-proizvodstvo-obuvi-v-ukraine--vygodnyy-biznes.html>
<http://ubr.ua/business-practice/own-business/idei-biznesa-proizvodstvo-jenskoi-obuvi-280999>
<http://allretail.ua/topics/35405/>
<http://from-ua.com/news/326690-iz-za-valyutnogo-deficita-ukrainci-ostanutsya-bez-obuvi.html>
<http://marketing.rbc.ua/news/25.02.2015/7350>
<http://news.finance.ua/ru/news/~/343587>
<http://korrespondent.net/business/economics/3489536-odezhda-y-obuv-v-ukrayne-podorozhaly-v-2-3-raza-ryteilyery>