



ESTUDIOS
DE MERCADO

2018



El mercado de calzado en Grecia

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Atenas

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



21 de septiembre de 2018
Atenas

Este estudio ha sido realizado por
Leire Beltrán de Heredia Arriaza

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Atenas.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición de sector	6
3. Oferta – Análisis de competidores	7
3.1. Tamaño del mercado y producción local	7
3.2. Importaciones y exportaciones	8
4. Demanda	12
5. Precios	14
5.1. Precios medios de importación	14
5.2. Moneda de referencia y medios de pago más utilizados	15
6. Percepción del producto español	17
7. Canales de distribución	19
8. Acceso al mercado – Barreras	24
8.1. Principales barreras de acceso al mercado	24
8.2. Legislación	24
8.3. Financiación e inversión	25
9. Perspectivas y oportunidades del sector	26
10. Información práctica	28
10.1. Asociaciones y enlaces de interés	28
10.2. Ferias	28
10.3. Recomendaciones para el exportador	28
10.4. Realidad económica del país	29
10.5. Importancia del país en la región	29
10.6. Cultura empresarial	29





1. Resumen ejecutivo

El sector industrial es el segundo en importancia, ya que representa un 16% del PIB heleno estimado en 2017. Este sector ha mantenido tradicionalmente un tamaño reducido y gran parte de la industria se concentra en Atenas y Salónica. Por su parte, la producción de la industria del calzado ha disminuido durante los últimos años.

El total de importaciones griegas de calzado asciende a 508,15 millones de euros en 2017, un 8,90% superior a las importaciones del año 2015 (466,63 millones de euros). Los principales productos importados son: 6403 'Calzado con suela de caucho, etc y parte superior de cuero' con 180,01 millones de euros, 6404 'Calzado con suela de caucho, etc y parte superior de textil' con 175,15 millones de euros y 6402 'Los demás calzados con suela y parte superior' con 118,60 millones de euros. Entre ellos destaca el espectacular crecimiento de la partida 6404, de un 30,30% durante el periodo 2015-2017. Los principales países exportadores de calzado a Grecia son China con 105,89 millones de euros, Bélgica con 94,12 millones de euros e Italia con 67,81 millones de euros. España se encuentra en cuarta posición como país suministrador con 42,26 millones de euros.

En cuanto a las ventas de calzado, éstas han caído en el periodo 2015-2017, tanto en volumen (-0,62%) como en valor (-2,41%). Los datos del último año muestran también cifras negativas, si bien las ventas de calzado para hombres se han incrementado en el último año tanto en volumen (+1,06%) como en valor (+0,03%), siendo la única categoría que ha presentado datos positivos en 2017.

En relación a los precios, el valor medio de las importaciones españolas se encuentra por encima de la media. Bélgica se posiciona como país con mayor valor medio en sus exportaciones. China, sin embargo, posee los precios más bajos en todas las partidas. España e Italia son los dos competidores que se encuentran en el mismo segmento.

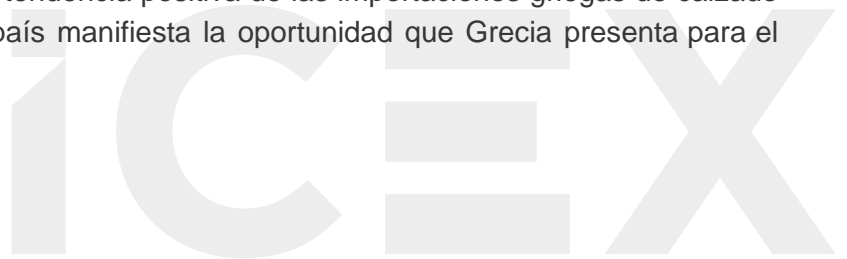
La evolución de las exportaciones españolas a Grecia ha sido positiva durante el periodo 2015-2017, pasando de 40,73 millones de euros exportados en 2015 a 42,26 millones de euros en 2017. Los principales productos que Grecia importa desde España son: 6403 'Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero' (18,53 millones de euros), 6404 'Calzado con suela de caucho, etc y parte superior de textil' (11,03 millones de euros) y 6402 'Los demás calzados con suela y parte superior' (10,65 millones de euros). En el resto de las partidas la importación no



alcanza valores superiores a los 2 millones de euros. Entre las marcas españolas de calzado más reconocidas se encuentran Camper, Zara, Berskha, Pull&Bear o Mayoral.

Por su parte, las previsiones en la venta de calzado son negativas en cuanto a volumen y a valor en el periodo 2019-2022, con bajas del -2,16% y -4,88%, respectivamente. Esta tendencia puede venir explicada por la compra de calzado más económico o por la creciente competencia entre las empresas del sector al lanzar mayores promociones y ofertas que capten al cliente heleno. Por otro lado, se prevé un crecimiento en la venta *online* de este tipo de productos. Los fabricantes de calzado y minoristas optan con mayor frecuencia por este canal para así evitar los costes de operación de abrir una tienda minorista o los costes de distribución y burocráticos del país.

De cara a las oportunidades en el sector, las tasas de cobertura de los productos analizados reflejan las necesidades de importación de calzado en el país heleno. España se posiciona como cuarto suministrador, y su imagen es reconocida en el país con marcas como Camper o Zara. Esto, unido a la tendencia positiva de las importaciones griegas de calzado y de las exportaciones españolas al país manifiesta la oportunidad que Grecia presenta para el exportador español.



2. Definición de sector

El sector del calzado abarca las siguientes partidas arancelarias del capítulo 64 “Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos” según la nomenclatura del Sistema Armonizado:

64 ‘Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos’

- 6401 Calzado con parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela con costura o por medio de remaches, clavos, tornillos espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con varias partes unidas de la misma manera.
- 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

3. Oferta – Análisis de competidores

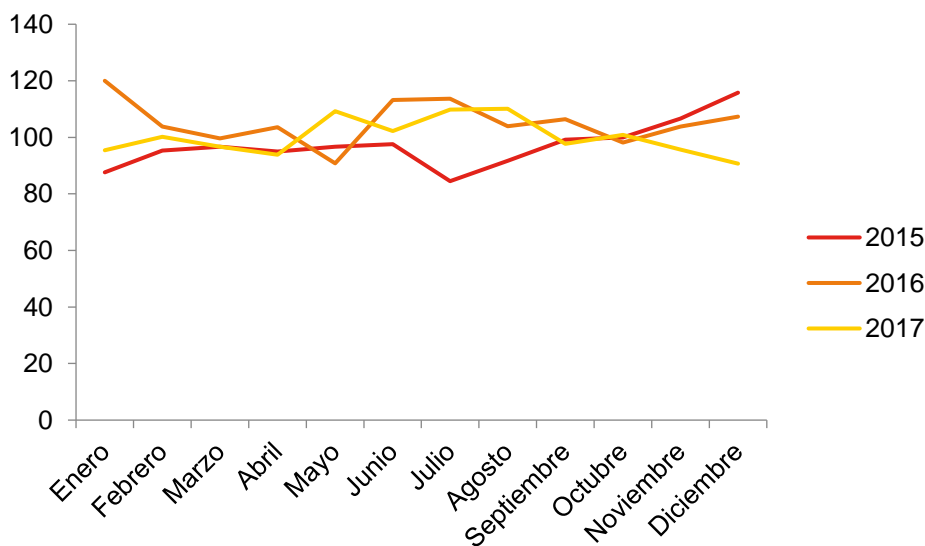
3.1. Tamaño del mercado y producción local

El industrial es el segundo sector en importancia, con un 16% del PIB estimado en 2017. Este sector ha mantenido tradicionalmente un tamaño reducido en comparación con otros países del ámbito europeo. Una gran parte de la industria se concentra en Atenas y, sobre todo, en la zona de Salónica, ya que la carencia de infraestructuras adecuadas hace difícil la descentralización de la actividad económica.

En concreto, la producción de la industria del calzado ha caído durante los últimos años.

ÍNDICE DE PRODUCCIÓN DE CALZADO EN GRECIA

Año 2015=100.



Fuente: Eurostat.

El índice de producción de calzado (con base 2015=100) muestra cómo la evolución del sector ha tenido una tendencia negativa durante los últimos años. No obstante, el año 2016 presenta cifras ligeramente superiores a lo registrado en 2015 mientras que en 2017 la tendencia es negativa.

Por su parte, la siguiente tabla muestra la estructura empresarial del sector:



CUOTA DE MERCADO DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE CALZADO

Valor de venta al por menor 2015-2017

Variable	2015	2016	2017
Nike Hellas Ltd	15,2	16,2	16,7
Adidas Hellas SA	13,1	14,1	15,2
Lemonis F&K SA	4,0	3,8	3,7
Tsakiris Mallas SA	3,8	3,7	3,6
H&M Hennes & Mauritz AE	2,3	3,3	3,6
Zara Hellas SA	2,8	3,0	3,1
Migato SA	2,2	2,5	2,6
New Balance-Startline SA	1,7	1,7	1,8
Kourouniotis Ioannis SA	1,6	1,6	1,7
Mancor SA	2,0	1,8	1,6
Sportswind SA	1,4	1,4	1,4

Fuente: Euromonitor.

Entre las principales empresas del sector del calzado en Grecia destacan Nike Hellas Ltd y Adidas Hellas SA, con una cuota de mercado del 16,7% y 15,2% respectivamente. Como resultado de la coyuntura económica por la que atraviesa el país, grandes empresas griegas como Tsakiris Mallas SA (con su marca homónima) y Lemonis F&K han sufrido pérdidas y han visto disminuidas sus cuotas de mercado en 2017. Sin embargo, la empresa Kourouniotis Ioannis SA con Voi & Noi, centrada en calzado económico, aumentó su cuota de mercado en 2017.

3.2. Importaciones y exportaciones

En las siguientes tablas se presenta la evolución de las partidas objeto de estudio.

**IMPORTACIONES GRIEGAS DE CALZADO***Por productos, en millones de euros*

Variable	2015	2016	2017	Δ2017/2015
6403 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero	174,06	176,56	180,01	3,42%
6404 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil	134,42	165,61	175,15	30,30%
6402 Los demás calzados con suela y parte superior	121,26	117,93	118,60	-2,19%
6405 Los demás	23,57	22,39	20,56	-12,77%
6406 Partes de calzado	7,41	8,88	8,20	10,66%
6401 Calzado impermeable con suela y parte superior	5,91	5,48	5,63	-4,74%
Total	466,63	496,86	508,15	8,90%

Fuente: Datacomex.

El total de importaciones griegas de calzado asciende a 508,15 millones de euros en 2017, un 8,90% superior a las importaciones del año 2015 (466,63 millones de euros). Los principales productos importados son los correspondientes a las partidas 6403 'Calzado con suela de caucho, etc y parte superior de cuero' con 180,01 millones de euros; 6404 'Calzado con suela de caucho, etc y parte superior de textil' con 175,15 millones de euros; y 6402 'Los demás calzados con suela y parte superior' con 118,60 millones de euros. Entre ellos destaca el espectacular crecimiento de la partida 6404 en un 30,30% durante el periodo 2015-2017.

En cuanto a las importaciones por países, destacan los siguientes datos:

IMPORTACIONES GRIEGAS DE CALZADO*Por países, en millones de euros*

Variable	2015	2016	2017	Δ2017/2015
China	111,09	107,93	105,89	-4,68%
Bélgica	74,21	93,19	94,12	26,83%
Italia	66,88	65,58	67,81	1,39%



España	40,73	40,89	42,26	3,76%
Países Bajos	27,06	32,22	34,09	25,98%
Alemania	20,98	25,36	29,42	40,23%
Francia	22,29	22,13	18,73	-15,97%
Vietnam	21,28	20,99	22,89	7,57%
Reino Unido	15,19	17,45	15,49	1,97%
Indonesia	12,18	12,00	15,07	23,73%

Fuente: Datacomex.

Los principales países exportadores de calzado a Grecia son: China con 105,89 millones de euros, Bélgica con 94,12 millones de euros e Italia con 67,81 millones de euros. España se encuentra en cuarta posición como país suministrador con 42,26 millones de euros. Países como Alemania, Bélgica o Países Bajos están presentando los mayores crecimientos en sus exportaciones durante el periodo 2015-2017, con incrementos del 40,23%, 26,83% y 25,98%, respectivamente. En el caso de España, las exportaciones están teniendo una tendencia positiva durante el mismo periodo, con un crecimiento del 3,76%.

En segundo lugar, se presentan las exportaciones de calzado de Grecia, también por productos y países:

EXPORTACIONES GRIEGAS DE CALZADO

Por productos, en millones de euros.

Variable	2015	2016	2017	Δ2017/2015
6404 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil	22,54	41,92	38,88	72,49%
6403 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero	27,68	33,99	37,26	34,61%
6402 Los demás calzados con suela y parte superior	18,23	23,85	24,17	32,58%
6406 Partes de calzado	4,73	4,22	4,17	-11,84%



6405 Los demás calzados	1,05	1,68	1,47	40,00%
6401 Calzado impermeable con suela y parte superior	1,44	1,04	0,49	-65,97%
Total	75,68	106,69	106,43	40,63%

Fuente: Datacomex.

El total de las exportaciones griegas asciende a 106,43 millones de euros en el año 2017, un 40,63% superior a las del año 2015 (75,68 millones de euros). Las principales partidas exportadas son: 6404 'Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil' (38,88 millones de euros), 6403 'Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero' (37,26 millones de euros) y 6402 'Los demás calzados con suela y parte superior' (24,17 millones de euros).

Por otro lado, se presenta el valor de las tasas de cobertura de las partidas objeto de análisis:

TASAS DE COBERTURA 2017 DE CALZADO

En porcentaje.

Variable	Importaciones	Exportaciones	Tasa de cobertura
6404 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil	175,15	38,88	22,20%
6403 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero	180,01	37,26	20,70%
6402 Los demás calzados con suela y parte superior	118,6	24,17	20,38%
6406 Partes de calzado	8,2	4,17	50,85%
6405 Los demás calzados	20,56	1,47	7,15%
6401 Calzado impermeable con suela y parte superior	5,63	0,49	8,70%
Total	508,15	106,43	20,94%

Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex

La tasa de cobertura refleja la dependencia que Grecia tiene del exterior en el sector del calzado. Este hecho unido al gran crecimiento de las importaciones durante los últimos años ofrece un abanico de oportunidades a los exportadores españoles.

4. Demanda

La demanda en el sector viene indicada por las ventas de calzado en el mercado griego. En la siguiente tabla se ofrece la información sobre el valor de las ventas de calzado totales en el periodo 2015-2017, tanto en volumen como en valor.

VENTAS DE CALZADO

En volumen, miles de unidades

Variable	2015	2016	2017	$\Delta 2017/2015$
Calzado para niños	3.692,3	3.646,2	3.609,7	-2,24%
Calzado para hombres	5.523,4	5.546,6	5.582,1	1,06%
Calzado para mujer	5.801,5	5.720,3	5.731,7	-1,20%
Total	15.017,1	14.913,0	14.923,4	-0,62%

Fuente: Euromonitor.

VENTAS DE CALZADO

En valor, millones de euros

Variable	2015	2016	2017	$\Delta 2017/2015$
Calzado para niños	135,6	131,6	127,5	5,97%
Calzado para hombres	298,0	299,2	298,1	0,03%
Calzado para mujer	381,2	373,5	369,7	-3,02%
Total	814,8	804,4	795,2	-2,41%

Fuente: Euromonitor.



Las ventas de calzado han caído en el periodo 2015-2017 tanto en volumen (0,62%) como en valor (2,41%). Los datos del último año muestran también cifras negativas, si bien, la única categoría que ha presentado datos positivos es el calzado para hombres, tanto en ventas por volumen como por valor, con un incremento del 1,06% y del 0,03%, respectivamente, en el último año.

Dentro de las tendencias clave del sector del calzado, destaca el creciente uso de moda deportiva fuera de las actividades deportivas. Esto ha favorecido a las dos principales marcas deportivas del país, Nike y Adidas, como se observa en el crecimiento de su cuota de mercado en el apartado tres del presente estudio. Por otro lado, la presencia de marcas blancas en el mercado se ha visto reducida pues, a pesar de que el precio es uno de los factores a tener en cuenta, el consumidor griego sigue teniendo en cuenta la calidad del producto. Se prefiere un calzado de mayor calidad y durabilidad que el uso de marcas blancas desconocidas. Además, las promociones y continuas ofertas de las grandes marcas han favorecido el mantenimiento de sus ventas en el país.

icex

5. Precios

5.1. Precios medios de importación

Para el análisis de los precios, la siguiente tabla muestra el valor medio de las importaciones de calzado de Grecia para el año 2017, en euros por par. Se analiza además el valor medio de las exportaciones de España al resto del mundo, para diagnosticar posibles desvíos entre los precios a los que se exporta a Grecia y al resto del mundo.

VALOR MEDIO DE IMPORTACIÓN GRIEGA Y DE EXPORTACIÓN ESPAÑOLA AL MUNDO
Euros por par de calzado

TARIC	Mundo	China	Bélgica	Italia	España	España al mundo
6401 Calzado impermeable con suela y parte superior	5,03	1,71	70,29	5,99	16,17	7,67
6402 Los demás calzados con suela y parte superior	3,17	1,66	24,14	10,29	11,91	9,07
6403 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero	22,16	12,54	25,52	28,44	24,63	33,60
6404 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil	7,19	2,35	31,81	15,18	9,78	11,12
6405 Los demás	4,08	0,78	28,36	16,08	8,93	10,71
6406 Partes de calzado	-	-	-	-	-	-

Fuente: Euroestacom.

El valor medio de las importaciones españolas se encuentra por encima de la media. Bélgica se posiciona como país con mayor valor medio en sus exportaciones. China, sin embargo, posee los precios más bajos en todas las partidas. Así, España e Italia son los dos competidores que se encuentran en el mismo segmento.



Hay que señalar también la diferencia de valores entre las exportaciones españolas al mundo y a Grecia, siendo estas últimas más elevadas en dos casos: la partida 6401 'Calzado impermeable con suela y parte superior' se exporta a un valor de 16,17€/par a Grecia, mientras que el valor es de 7,67€/par cuando se exporta al resto del mundo. Por su parte, la partida 6402 'Los demás calzados con suela y parte superior' se exporta a un valor medio de 11,91 €/par a Grecia mientras que el valor es de 9,07 €/par para el resto del mundo. Este dato señala un mayor margen de actuación para el exportador español que quiera expandirse en el mercado heleno a precios más competitivos en estas dos partidas.

A continuación se presenta la evolución del valor medio de las importaciones de calzado en Grecia:

VALOR MEDIO DE IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS

Euros por par de calzado

TARIC	2015	2016	2017	Δ2017/2015
6401 Calzado impermeable con suela y parte superior	3,34	3,36	5,03	50,60%
6402 Los demás calzados con suela y parte superior	3,22	2,78	3,17	-1,55%
6403 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero	20,05	22,49	22,16	10,52%
6404 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil	6,82	5,83	7,19	5,43%
6405 Los demás	5,82	3,94	4,08	-29,90%
6406 Partes de calzado	-	-	-	-

Fuente: Euroestacom.

Como se observa, el valor medio las partidas 6402 y 6405 ha sufrido una caída mientras que las partidas 6401, 6403 y 6404 han aumentado su valor medio de importación, un 50,60%, 10,52% y 5,43%, respectivamente.

5.2. Moneda de referencia y medios de pago más utilizados

La moneda utilizada en las diferentes transacciones es el euro. Es con la que se elaboran los presupuestos.



Desde julio de 2015, con la imposición de medidas de control de capitales, los pagos internacionales se vieron afectados y la capacidad de pago de los importadores griegos se redujo. Sin embargo, tras la flexibilización de estas medidas, las condiciones de los pagos internacionales han mejorado sustancialmente y se espera que sigan mejorando a medida que la coyuntura macroeconómica del país se estabilice.

Si desea profundizar en los medios de pago en Grecia, bancos locales emisores de letras de crédito aceptadas por bancos españoles u otras cuestiones relativas al control de capitales en Grecia, puede ponerse en contacto con la [Oficina Económica y Comercial de España en Atenas.](#)

icex

6. Percepción del producto español

La siguiente tabla muestra la evolución de las importaciones griegas de productos de calzado español durante el periodo 2015-2017.

EVOLUCIÓN IMPORTACIONES GRIEGAS DE PRODUCTOS DE CALZADO ESPAÑOLES

Por productos, en millones de euros

Variable	2015	2016	2017	Δ2017/2015
6403 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero	19,57	19,25	18,53	-5,31%
6404 Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de textil	8,34	10,01	11,03	32,25%
6402 Los demás calzados con suela y parte superior	10,00	9,04	10,65	6,50%
6405 Los demás	1,77	1,62	1,21	-31,64%
6406 Partes de calzado	0,83	0,80	0,70	-15,66%
6401 Calzado impermeable con suela y parte superior	0,22	0,17	0,14	-36,36%
Total	40,73	40,89	42,26	3,76%

Fuente: Datacomex.

La evolución de las exportaciones españolas a Grecia ha sido positiva durante el periodo 2015-2017, pasando de 40,73 millones de euros exportados en 2015 a 42,26 millones de euros en 2017. La principal partida que Grecia importa desde España es la 6403 'Calzado con suela de caucho, etc. y parte superior de cuero' (18,53 millones de euros), que ha experimentado una caída del 5,31% desde el año 2015. Le siguen las partidas 6404 'Calzado con suela de caucho, etc y parte superior de textil' (11,03 millones de euros) y 6402 'Los demás calzados con suela y parte superior' (10,65 millones de euros), las cuales han aumentado en un 32,25% y un 6,50% respectivamente en el periodo. En el resto de las partidas la importación no alcanza valores superiores a los 2 millones de euros.



Entre las marcas españolas de calzado más reconocidas se encuentran Camper, Zara, Berskha, Pull&Bear o Mayoral.

icex

7. Canales de distribución

La distribución del calzado español se hace en la mayoría de las ocasiones a través de las empresas importadoras. Estas empresas griegas visitan las principales ferias internacionales para conseguir suministradores a Grecia para, en algunos casos, ofrecer el producto a minoristas del país y, en otros, vender en exclusividad en sus tiendas. Por ello, los principales pedidos se realizan los meses posteriores a las principales exhibiciones europeas.

Las nuevas formas de distribución *online* están ganando fuerza como lugar de compra entre los consumidores. A pesar de ello, la figura de la tradicional del comercio físico está muy arraigada en Grecia y cuenta con multitud de clientes fieles. Para la capital, Atenas, existen tres áreas comerciales principales donde se mezclan pequeñas tiendas con las grandes firmas internacionales de moda: la calle Ermou, el barrio de Kolonaki y, en menor medida, el mercado abierto de Monasteraki. Por su parte, los centros comerciales tienen cada vez más popularidad debido a su amplia oferta de ocio, sobre todo entre los más jóvenes. Además de estos puntos donde se concentra la mayor parte del comercio, las zonas residenciales con parada de metro del norte y sur de Atenas son también importantes mercados objetivo ya que son barrios con un poder adquisitivo por encima de la media. Por su parte, también los supermercados están apostando cada vez más por la venta de calzado en sus establecimientos. Como ejemplo de ello, Lidl o AB Vassilopoulos.

Así, es posible establecer diferencias entre el comercio al por mayor y al por menor de calzado:

Comercio mayorista

Productores: El número de productores está disminuyendo debido a su falta de competitividad. Gran parte de las empresas, además de fabricar, importan otras firmas de calzado, que comercializan mediante sus propios canales de venta.

- Lemonis: Productor, importador y venta al detalle. Es una de los mayores grupos del sector. Cuenta con cinco cadenas de tiendas moda, franquicias de tiendas Nike, y colaboraciones de distribución con otras 45 empresas en Grecia. www.lemonis.gr

Mayoristas/Importadores y distribuidores: Son empresas que compran el calzado a firmas de moda en las ferias internacionales del sector y que posteriormente lo distribuyen entre los detallistas griegos. Es el modo de entrada al mercado más habitual para las firmas extranjeras.

Los márgenes con los que trabajan pueden oscilar de un 25% a un 45%, según el poder de negociación del importador y el producto. Por lo general, estos importadores exigen la exclusividad en el mercado.

Algunas de las empresas importadoras más importantes en Grecia son:

- Hatziprodromou Bros S.A.: Situada en Salónica, es una de las empresas importadores más grandes de Grecia., Trabajan con varias firmas. www.adamsshoes.gr
- Locato: Empresa fundada en Atenas, está especializada en calzado de firmas de moda. www.migato.gr
- Accesorize: Importadores de calzado de piel. www.accessorize.com

Agentes Comerciales/Representantes: Esta figura a está perdiendo importancia en favor de la del importador. La comisión media de este tipo de agentes es del 5% según la Asociación de Agentes Comerciales de Grecia, www.aaca.gr

Importador-Distribuidor minorista: Son empresas que importan el producto y lo distribuyen entre su propia red de venta. Este modelo tiene la ventaja de que acorta el canal de venta y reduce el coste de comisiones de intermediarios. Entre ellas se encuentra Lemonis o Migato.

Comercio minorista

En la siguiente tabla se presentan las cuotas de venta de calzado por tipo de establecimiento:

CUOTA DE VENTAS DE CALZADO POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

En porcentaje, periodo 2015-2017

Tipo de establecimiento	2015	2016	2017	Δ2017/2015
MINORISTA CON TIENDA	95,9	95,8	95,7	-0,21%
Establecimientos de alimentación	1,3	0,8	1,0	-23,08%
De descuento	0,5	0,5	0,5	-0,00%
Hipermercado	0,7	0,3	0,4	-42,86%
Supermercado	0,1	0,1	0,1	-0,00%
Establecimientos de ropa y calzado	91,8	91,7	91,3	-0,54%
Tiendas especialistas en ropa y calzado	67,0	66,5	66,0	-1,49%



Tiendas especializadas en ocio y productos personales	24,4	24,9	25,0	2,46%
Tiendas de artículos deportivos	24,3	24,8	25,0	2,88%
Otras tiendas especializadas en ocio y productos personales	0,1	0,1	0,1	0,00%
Otras tiendas especialistas en ropa y calzado	0,4	0,3	0,2	-50,00%
Minoristas mixtos (grandes almacenes y otros)	2,9	3,2	3,5	20,69%
MINORISTA SIN ESTABLECIMIENTO	4,1	4,2	4,3	4,88%
Compras desde casa	0,1	0,1	0,1	0,00%
Ventas por internet	4,0	4,1	4,2	5,00%
TOTAL	100	100	100	0,00%

Fuente: Euromonitor.

Como se puede observar, la mayor parte de las ventas la realizan las tiendas minoristas, un 95,7%. De éstas, solo un 1,0% corresponden a supermercados, hipermercados y tiendas de descuento. Estos establecimientos pertenecen a un grupo reducido de cadenas de supermercados, cuyos puntos de venta se encuentran repartidos por todo el país y que concentran toda la cuota de mercado, como son AB Vassilopoulos, Sklavenitis o Veropoulos Bros. En cuanto a los establecimientos de descuento, el segmento está liderado por los supermercados Lidl.

También conviene destacar la aparición en los últimos años de un nuevo canal de ventas, **el canal online**, que está ganando terreno progresivamente en Grecia, convergiendo con los estándares de Europa occidental.

El nivel de facturación del comercio electrónico heleno ascendió a los 1.593,8 millones de euros en 2016, un 124,95% superior a lo registrado en el año 2012. El índice de Economía y Sociedad Digital 2017 (DESI) publicado por la Comisión Europea sitúa a Grecia en el puesto 26º entre los 28 países de la UE en relación al desarrollo de la economía digital en la sociedad. No obstante, el comercio electrónico no ha parado de aumentar en los últimos años. Esto se atribuye principalmente a la mayor sensibilidad del consumidor griego a los precios por la situación económica que está atravesando el país. El e-commerce permite comparar entre una amplia gama de productos en poco tiempo y además recoge ofertas y productos que no se encuentran en



tiendas físicas. Así, el porcentaje total de griegos que compra de forma online alcanza el 23% en 2016, frente al 17% registrado en 2013.

Las tiendas electrónicas más populares son Amazon, eBay, e-shop, Plaisio, Public y Skrutz. En cuanto a las principales categorías de compras *e-commerce*, la siguiente tabla muestra el volumen de ventas *online* de cada una de ellas.

VALOR DE LAS VENTAS *ONLINE* POR CATEGORÍAS

En valor, millones de euros

Categoría	2014	2015	2016	2016/2014%
Ropa y calzado	307,8	331,8	356	15,66
Aparatos electrónicos	207,2	219,2	204,2	-1,14
Muebles y accesorios hogar	128,1	153,8	190,3	48,56
Cuidado del hogar y jardín	84,3	114,7	162	92,17
Productos multimedia	97,6	123,3	158,1	61,99
Joyería y bisutería	36,5	50,2	65,5	79,45
Juegos y juguetes	21,7	30	37,5	72,81
Videojuegos	17,7	20,1	22,8	28,81
Electrodomésticos	19,4	20,7	21,1	8,76
Cuidado personal y cosméticos	18,9	19,6	20,4	7,94
Salud	13,2	16,8	20,2	53,03
Comida y bebida	4,1	5,7	7,3	78,05
Cuidado mascotas	0,6	0,7	0,8	33,33
Otros	237,9	255,6	327,6	37,70
Total	1.194,9	1.362,2	1.593,8	33,38

Fuente: Euromonitor

Como se observa, la ropa y el calzado lideran las ventas *online* con un total de 356 millones de euros vendidos en el año 2016, lo que supone casi un 16% más que en 2014. Conviene destacar que [Zara](#) lanzó su página web en el año 2014 y en 2015 lo hizo [H&M](#). Asimismo, es muy común el recurso al antes mencionado buscador [skrutz.gr](#) para realizar compras *online* de



calzado. Otras marcas españolas ya mencionadas también ofrecen la posibilidad de comprar *online*: [Camper](#), [Mayoral](#), etc.

Por su parte, las previsiones para los próximos años son positivas, teniendo en cuenta la mayor sensibilidad ante el precio del consumidor griego. Se espera que el comercio electrónico a medio plazo crezca incluso más deprisa, a medida que se desvanezcan los efectos de la recesión económica.

Para conocer más detalles sobre la situación de los mercados electrónicos en Grecia, puede consultar el [Informe e-País Grecia 2017](#).



8. Acceso al mercado – Barreras

8.1. Principales barreras de acceso al mercado

En cuanto al régimen arancelario, señalar que la introducción de mercancías originarias de otros países comunitarios o comunitarizadas (mercancía con estatuto aduanero de mercancía comunitaria) está exenta del pago de aranceles. Sin embargo, las mercancías procedentes de terceros países quedan sometidas a los derechos del Arancel Comunitario.

Por otro lado, en la última reforma de los tipos del IVA, cuya entrada en vigor comenzó el pasado 1 de junio de 2016, se establecieron tres tramos diferentes. El tipo reducido del 6%, aplicado a medicamentos, libros y teatro. El tipo intermedio del 13%, aplicado a alimentos frescos, hoteles, factura de la luz y agua. Por último, el tipo superior del 24% se aplica el resto de bienes, incluidos las prendas de vestir y calzado.

8.2. Legislación

Los productos importados en Grecia deben cumplir con todas las normas de seguridad y calidad del sector en la UE. A este respecto, la normativa europea principal para el sector es la siguiente:

En primer lugar, destaca la Directiva 94/11/CE reguladora de la información que debe proporcionar el etiquetado del calzado, incluyendo la información sobre las tres partes principales del calzado: parte superior, el forro y calcetín y la suela exterior. Existen además otras leyes relacionadas con el calzado como el Reglamento sobre Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Productos Químicos (REACH). Este impone obligaciones a las empresas del sector que utilicen productos químicos en sus procesos de producción.

En 1999 se estableció una etiqueta ecológica europea para el calzado. Se aplica a todas las categorías de calzado, incluidos los deportivos, los profesionales, los niños, los hombres y las mujeres, así como calzado especialista para uso en frío, casual, moda y en interiores.

Por su parte, los calzados diseñados para ser usados por individuos para protección contra uno o más riesgos para la salud y la seguridad estaban cubiertos por la Directiva 89/686 / CEE sobre equipos de protección personal (EPI). Esta directiva fue reemplazada por la nueva Regulación



2016/425 del Parlamento Europeo y el Consejo sobre equipo para la protección del personal que entró en vigor el 21 de abril 2018, más información [aquí](#).

8.3. Financiación e inversión

En cuanto a los instrumentos que provee España para el apoyo financiero a la internacionalización, destacan diversas líneas públicas de financiación, siendo de gran utilidad para el exportador español las de ICEX, COFIDES, CERSA/SGR, ICO, CESCE y ENISA, además de la ofrecida por el FIEM (Fondo para la Internacionalización de la Empresa). Para más información sobre las diferentes opciones de financiación, visite nuestra página web.

Grecia ofrece diferentes incentivos financieros a la inversión (desgravaciones fiscales, subvenciones o créditos blandos) contemplados en la legislación. En los últimos años, el país ha promulgado diferentes leyes con el objetivo de fomentar las inversiones directas al país. La más reciente, la Ley 4399/2016 de junio de 2016 "Creación de un marco institucional para el establecimiento de esquemas de inversión privados para el desarrollo regional y económico del país", aplicable en el periodo 2016-2020 y que sustituye a la Ley 4146/2013 de abril de 2013, tiene como objetivo garantizar un desarrollo equilibrado respecto a los recursos naturales y las áreas más desfavorecidas del país, el aumento del empleo, mejora de la cooperación y aumento del tamaño medio de las empresas, lograr avance tecnológico de calidad, incrementar la competitividad a través de sectores de alto valor añadido, transformar la creación de valor en la cadena productiva hacia productos más complejos, atraer inversión extranjera directa y asegurar el posicionamiento del país en el mercado internacional del trabajo.

Para obtener una mayor información puede consultarse la Guía de incentivos a la implantación en Grecia, publicado en la página web de la [Oficina Económica y Comercial de España en Atenas](#)

9. Perspectivas y oportunidades del sector

A continuación se presenta la tabla con los datos de las ventas de calzado estimadas para el periodo 2019-2022:

VENTAS DE CALZADO

En volumen, millones de unidades

Variable	2019	2020	2021	2022	Δ 2017/2015
Calzado para niños	3,57	3,59	3,54	3,47	-2,78%
Calzado para hombres	5,59	5,57	5,52	5,49	-1,73%
Calzado para mujer	5,63	5,59	5,53	5,51	-2,20%
Total	14,79	14,74	14,60	14,47	-2,16%

Fuente: Euromonitor.

Se estima que el número total de pares vendidos alcance la cifra de 14,47 en el año 2022, lo que supone un 2,16% menos que lo previsto para el 2019 (14,79 millones de unidades de zapatos).

VENTAS DE CALZADO

En valor, millones de euros

Variable	2019	2020	2021	2022	Δ 2017/2015
Calzado para niños	122,8	122,0	118,4	115,1	-6,27%
Calzado para hombres	291,2	289,0	286,1	284,0	-2,47%



Calzado para mujer	348,8	339,9	331,8	326,5	-6,39%
Total	762,8	750,9	736,4	725,6	-4,88%

Fuente: Euromonitor.

Asimismo, estas previsiones son aún negativas en cuanto a valor, con una bajada del 4,88%. Esta tendencia esperada puede venir explicada por la compra de calzado más económico o por la creciente competencia entre las empresas del sector al lanzar mayores promociones y ofertas que capten al cliente heleno.

Por otro lado, se espera un crecimiento en la venta *online* de este tipo de productos. Los fabricantes de calzado y minoristas optan con mayor frecuencia por este canal para así evitar los costes de operación de abrir una tienda minorista o los costes de distribución y burocráticos del país.

Por lo que se refiere a las oportunidades que presenta el sector, las tasas de cobertura de los productos analizados reflejan las necesidades de importación de calzado en el país heleno. España es actualmente el cuarto mayor suministrador, y su imagen es reconocida en el país gracias a marcas como Camper o Zara. Esto, unido a la tendencia al alza de las importaciones griegas de calzado y a la tendencia positiva de las exportaciones españolas al país, indica que existen oportunidades para el exportador español de ampliar sus ventas.



10. Información práctica

10.1. Asociaciones y enlaces de interés

Hellenic Fashion Industry Association (SEPEE)

Calle Ermou, 18

GR-54624, Tesalónica

Grecia

Tel: 0030 2310 257 075, Fax: 257 076

Email: info@greekfashion.gr



10.2. Ferias

- NewLife Expowedding 2017 (<http://www.newlife-expo.gr/>): moda nupcial
 - Próxima Edición: 18-21 Enero 2019
 - Visite nuestro último [Informe de feria](#) para más información
- Athens fashion (<http://www.athensfashiontradeshow.gr/>): moda
 - Próxima edición: 21-24 Septiembre de 2018
 - Visite nuestro último [Informe de feria](#) para más información

10.3. Recomendaciones para el exportador

Es conveniente que la empresa esté preparada para aportar soluciones de transporte en grupaje ya que la mayoría de las empresas griegas no está en condiciones de importar cargas completas. Debido a esta circunstancia, podría ser recomendable considerar la opción de un colaborador local que, actuando como agente o representante, pueda consolidar pedidos y coordinar su transporte.

10.4. Realidad económica del país

Grecia continúa sufriendo los efectos de la depresión económica en la que se sumió hace 9 años, que conllevó las tasas de desempleo más altas de Europa, un escenario deflacionista y un importante desequilibrio de la balanza de pagos. A pesar de ello, algunos de estos desequilibrios se han ido reduciendo gracias a las medidas de reforma estructural llevadas a cabo en el marco de los programas de ajuste implementados en el país. El tercer y último Programa de Asistencia Financiera a Grecia se firmó en 2015 y finalizó en agosto de 2018, aunque se prevé que la implementación de reformas estructurales continúe en el contexto de la supervisión “reforzada” post-programa, que se llevará a cabo por los acreedores internacionales hasta 2022. Las previsiones de las diferentes autoridades económicas y financieras auguran crecimiento de la economía griega para el año 2018. El FMI y la OCDE prevén que la economía crezca un 2% y un 2%, respectivamente, en 2018. De cara a 2019, la OCDE prevé que la tasa de crecimiento se sitúe en el 2,3% y, el FMI, en el 1,8%. En cuanto a la Comisión Europea el crecimiento se sitúa en el 1,9% para el 2018 y un 2,3% para el 2019.

10.5. Importancia del país en la región

Grecia es el tercer país de su área geográfica en términos de población, con un PIB total cercano al 30% del turco y muy similar al rumano. Destaca claramente en PIB per cápita, 1,9 veces superior al país que le sigue, Turquía. Grecia se encuentra en medio de una serie de países que han salido recientemente del comunismo. También linda con Turquía, que avanza rápidamente hacia la zona de países de desarrollo europeo. Por ello, Grecia se ha convertido en un importante inversor en toda su zona de influencia. Esa diferencia de desarrollo con su área próxima también ha impulsado un movimiento de deslocalización de empresas griegas hacia esos países.

10.6. Cultura empresarial

- El idioma extranjero más utilizado es el inglés, aunque en sociedades de cierta significación no es extraño encontrar personas que hablen francés o alemán.
- Para una primera toma de contacto, en general, el griego preferirá el contacto telefónico al escrito (carta o correo electrónico).
- Es muy aconsejable la ayuda de representantes o agentes locales, ya que este es un mercado bastante cerrado en el que la competencia puede ser limitada.
- El cliente griego es especialmente sensible al buen servicio y a la consistencia en la calidad a lo largo del tiempo.
- Es importante elegir con detenimiento el medio de transporte de las mercancías.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones