



SERVICIOS
PERSONALIZADOS
ICEX

Ejemplo:

Agenda de reuniones de negocio para Business, S.A. en Italia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en **Milán**



Ejemplo*:

Agenda de reuniones de negocio para Business, S.A. en Italia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en **Milán**



SERVICIOS
PERSONALIZADOS
ICEX

Este informe constituye un Servicio Personalizado, prestado por la Oficina Comercial de España en Milán, a la empresa Business, S.A., conforme al servicio contratado con fecha XX de XXXXX de XXXX, con referencia CRM SP- 0000000000.

Precio final de este Servicio Personalizado:
XXX,XX euros (IVA incluido).

*Los nombres de empresas y sus datos,
así como las fechas de este ejemplo son
ficticios.



Índice

1. Descripción del servicio	4
1.1. Necesidades del cliente	4
1.2. Criterios de selección de las empresas	4
2. Agenda de reuniones de negocio	7
2.1. Resumen de la Agenda de Negocio	7
2.2. Reuniones de negocio concertadas	8
2.3. Otras empresas interesadas	14
2.4. Empresas con las que no se ha podido concertar una reunión y motivos	15
3. Información del mercado	19
3.1. Breve nota sobre la situación de la franquicia en el mercado italiano.	19
3.2. Breve nota sobre la situación del sector del calzado en el mercado italiano y datos de comercio exterior.	20
3.3. Otra información de interés	23
4. Información práctica del país	27
4.1. Información útil sobre el funcionamiento del país	27
4.2. Cómo hacer negocios en Italia	28
4.3. Direcciones y números de teléfono de utilidad	29



1. Descripción del servicio

1.1. Necesidades del cliente

Business, S.A. es una compañía cuya sede se encuentra en la localidad de Paterna (Valencia) que se dedica a la producción, distribución y exportación de calzado desde hace más de 70 años.

Mxxxx es un concepto multimarca donde el producto está constituido en un 70% de marcas propias y un 30% de marcas internacionales. Actualmente, cuentan con más de 100 puntos de venta en toda España, así como con presencia en el extranjero. {...}

En este caso, la empresa nos contacta porque desea expandir el modelo de negocio en Italia, a través de un sistema de franquicias. La idea inicial consiste en encontrar una empresa con experiencia en el desempeño de funciones de *Master Franchisee* que esté interesada en desarrollar la red de venta de Mxxxx en el territorio italiano.

Para ello, la empresa solicita a la Oficina Económica y Comercial de España en Milán un Servicio Personalizado de agenda de reuniones de negocio, contratando el Servicio con fecha XX/XX/XXXX e indicando que la persona encargada de Mxxxx prevé viajar a Italia en la segunda semana de XXXXXX de XXXX.

El proceso de búsqueda consiste en establecer contacto con los miembros de la alta dirección de la empresa si se trata de una empresa mediana o con los responsables de los departamentos de compras o inversiones en caso de ser una empresa grande. La razón de esta elección se debe a que la decisión de adoptar el papel de *Master Franchisee* y desarrollar una completa red de ventas en el país requiere ser tomada por los rangos con más alta capacidad de decisión de cada empresa.

1.2. Criterios de selección de las empresas

La expansión de Mxxxx en Italia requiere ser llevada a cabo, en principio, a través del desarrollo de una red de franquicias gestionada por un franquiciado principal o *Master Franchisee*. Este hecho conlleva que la empresa seleccionada deba tener, en primer lugar, experiencia suficiente en el desarrollo de redes de venta en franquicia, ya sea de su propia marca, ya sea a través de la gestión y desarrollo de la expansión de otras marcas.

Dentro de esta categoría de empresas, y siguiendo las instrucciones del cliente, se identificaron dos tipos de posibles candidatos:



- Empresas con experiencia en el desarrollo de redes de franquicias que operen en el sector de la moda: este grupo sería el candidato ideal ya que se podrían servir de su experiencia y conocimiento del sector en el mercado italiano para impulsar el desarrollo de *Mxxxx*, entendiendo el momento que atraviesa el mercado y las características actuales que presenta la distribución del calzado en Italia.
- Empresas que operen en otros sectores, siempre dentro de la distribución a través de franquicia, y que sin embargo deseen ampliar su cartera de actividades con empresas pertenecientes a otros sectores, en este caso, el de la moda. Este grupo de empresas, aun sin experiencia específica en el sector del calzado, pueden aprovechar sus conocimientos sobre el funcionamiento de la franquicia en Italia y el mejor modo para expandir una red de ventas.

De este modo, el trabajo realizado en la Oficina Económica y Comercial de Milán comenzó por la identificación y selección de las empresas pertenecientes a los dos grupos arriba indicados. Para ello, se tomaron en cuenta tanto empresas italianas como filiales de empresas españolas con presencia en el mercado italiano a través de franquicias. Se identificaron un total de 23 empresas, italianas y españolas que podían encajar con las características requeridas para los potenciales socios comerciales de *Mxxxx*.

El procedimiento para establecer contacto con las empresas fue, en un primer momento, una ronda de llamadas telefónicas para tratar de contactar con los directivos de las empresas o con los responsables de los departamentos de compras y expansión internacional, dependiendo de los casos. El primer obstáculo que se encontró fue la dificultad de llegar a los mandos superiores del cuadro directivo, especialmente en el caso de las empresas más grandes, ya que en muchos casos se evitaba dar un contacto directo y remitían a los correos electrónicos de los departamentos de compras o desarrollo comercial, asegurando que desde allí se recibiría una respuesta a la propuesta.

A partir de ese momento se optó por realizar el envío de correos electrónicos personalizados a todas las empresas seleccionadas, remitiendo a las direcciones proporcionadas telefónicamente la presentación de la empresa y su propuesta de colaboración. En todos los casos el envío se realizó con confirmación de envío y lectura, para comprobar que los correos electrónicos se estaban enviando correctamente y eran recibidos y leídos por el destinatario. Posteriormente y debido a la baja tasa de respuesta obtenida se realizó el seguimiento del eventual interés de las empresas seleccionadas, llamando para saber si habían leído la presentación y qué pensaban sobre la propuesta. Las empresas con las que se consiguió contactar en esta fase adujeron no estar interesadas, en la mayoría de los casos, por no tener planeado desarrollar una red de ventas diferente a la propia, o por considerar que su cartera de negocio era ya suficientemente extensa. alguna empresa alegó que el sector de la franquicia estaba atravesando un momento de ralentización durante este año y en concreto, el sector del calzado presentaba un descenso notable respecto a ejercicios anteriores. Según nos han comentado, el sector en Italia se está concentrando



en los sectores medio-alto y alto y la gran distribución se está resintiendo. De hecho, muchas cadenas de tiendas han cerrado últimamente, por lo que es una etapa complicada para los productos situados en un segmento medio y medio-bajo y es necesario entender muy bien de qué producto se trata para saber si podría funcionar bien en un mercado que atraviesa un momento complicado.

Dada la falta de respuestas positivas entre las empresas contactadas se optó por una tercera vía, consistente en contactar consultoras especializadas en el desarrollo y gestión de redes de venta en *franchising* en Italia. De todos los contactos realizados, la vía que ha arrojado mejores resultados ha sido la de las consultoras especializadas, ya que cinco de ellas han mostrado su disponibilidad para reunirse con Xxxxx durante las fechas de viaje en Italia previstas por la empresa, contando con confirmación por escrito por parte de todas ellas.

Por otra parte, se comunicó a la empresa cliente que, habida cuenta de la especificidad de la búsqueda y de las limitadas dimensiones del universo a investigar, el número de contactos proporcionados difícilmente podría ser superior a dos o tres reuniones.

En cuanto a las fechas y horarios de las entrevistas las empresas han mostrado cierta flexibilidad, indicando varias de ellas que el día y la hora podrían ajustarse, si así lo prefiriese la empresa y esta lo comunicase con la suficiente antelación. Desde la Oficina Económica y Comercial de Milán se ha tratado de concertar el mayor número de reuniones posible entre los días XX y XX de XXXXX, buscando también una distribución equilibrada entre la mañana y la tarde y tomando en consideración la eventual necesidad de desplazamiento entre una reunión y otra.

Asimismo, destacamos que esta Oficina mantuvo constantemente el contacto con la empresa cliente, tanto telefónicamente como mediante correo electrónico durante la preparación del Servicio y que, en fecha XX de XXXX de XXXX se remitió a Mxxxx, por correo electrónico, la Preagenda de reuniones de negocio, con cinco contactos confirmados.

Por último, se recomienda a la empresa tener en cuenta la diferencia idiomática entre los dos países y valorar la posibilidad de acudir a las reuniones con una persona que pueda servir de traductor o intérprete en el caso de que se desconozca la lengua local, pues el conocimiento de la lengua inglesa en Italia no se extiende a la totalidad de la población.



2. Agenda de reuniones de negocio

2.1. Resumen de la Agenda de Negocio

Agenda de reuniones de negocios realizada para Xxxxx, Director de Operaciones Comerciales de Mxxxx, para los días XX, XX, XX y XX de XXXXX de XXXX.

Resumen de las reuniones de negocio concertadas:

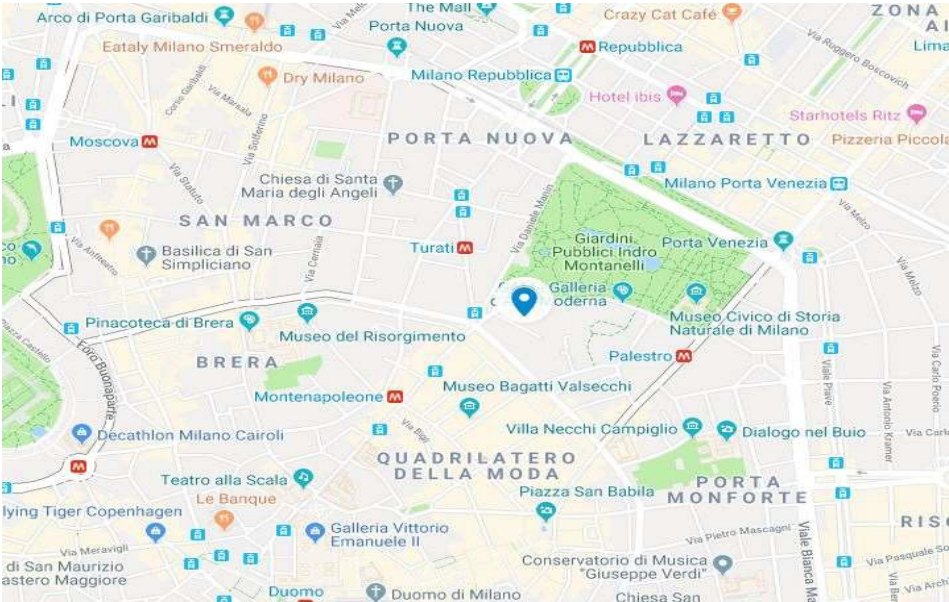
Horario	Lunes XX de XXXXX	Martes XX de XXXXX	Miércoles XX de XXXXX	Jueves XX de XXXXX
9:00				
10:30		EMPRESA 2 Dirección 2 Contacto 1	EMPRESA 3 Dirección 3 Contacto 1	
11:00				
12:00				
13:00				
14:00	OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL Via del Vecchio Politecnico 3 Contacto 1			
14:30	EMPRESA 1 Dirección 1 Contacto 1			
15:00			EMPRESA 4 Dirección 4 Contacto 1	
15:30				EMPRESA 5 Dirección 5 Contacto 1
16:00				



2.2. Reuniones de negocio concertadas

LUNES, XX DE XXXXX

14:00h.

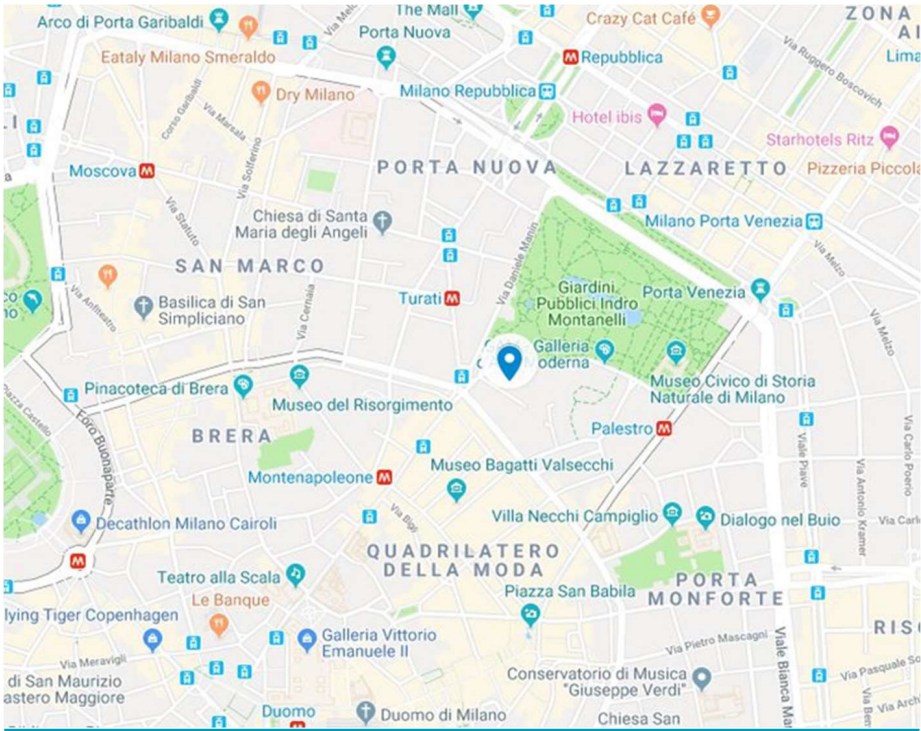
Empresa	OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN MILÁN
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Jefe del Departamento de Agroalimentarios, Vinos y Servicios
Dirección	Via del Vecchio Politecnico 3, Milán
Teléfono / Fax	+39 02 781400
Correo-e	contacto1@comercio.mineco.es
WEB	www.oficinas.comerciales.com
Localización	
Observaciones de interés	Reunión de bienvenida y entrega de agendas definitivas



LUNES, XX DE XXXXX
14:30h.

Empresa	EMPRESA 1
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Director
Idioma	Italiano
Dirección	Dirección 1
Teléfono / Fax	+(00) 00 000 00000
Móvil	+(00) 00 000 00000 (Contacto 1) +(00) 00 000 00000 (Contacto 2, Coordinadora)
Correo-e	Contacto1@empresa1.com
WEB	www.empresa1.eu

Localización



Perfil de la empresa

Se trata de una consultora, situada a 35 km de la ciudad de Roma, con más de 40 años de actividad, fundada por Xxxx. Se proponen como un canal de unión entre el *franchisor* y el *franchisee*, para los que desarrollan varios servicios. Actualmente gestiona nueve marcas.

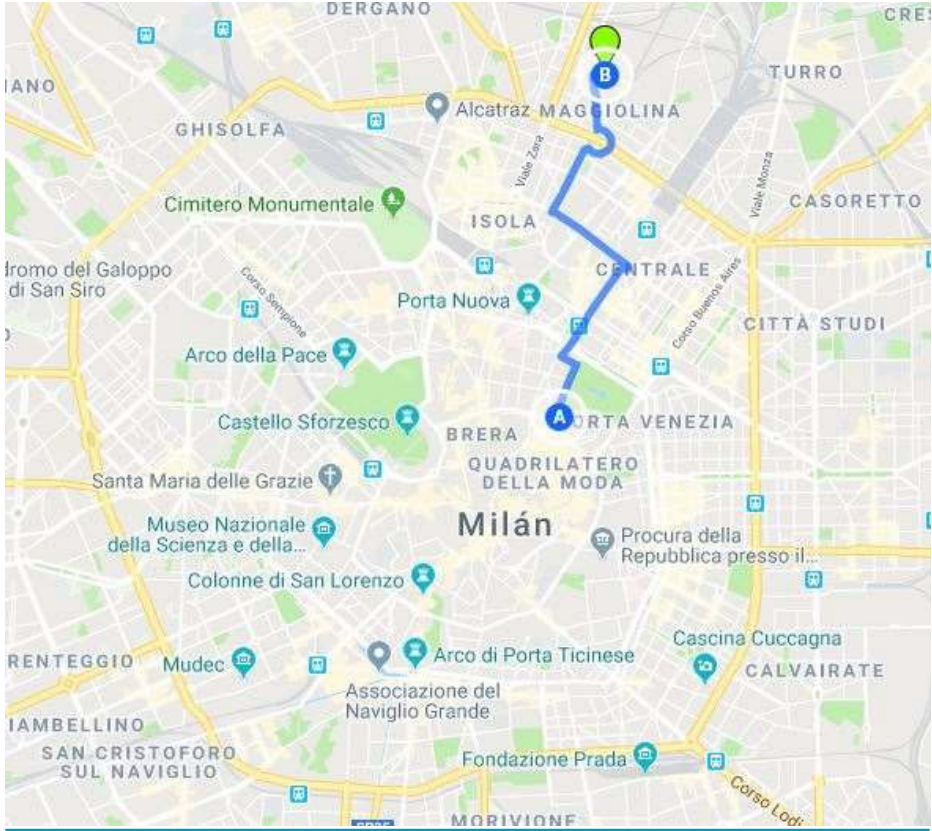
Observaciones de interés

Ha trabajado en la expansión en Italia de la marca de cafeterías española Granier. El Señor Xxxx, a pesar de tener su despacho en Roma, se ha mostrado dispuesto a acudir a Milán para mantener una reunión con Mxxxx y explicar su metodología de trabajo. Por ello, la reunión tendrá lugar en la sede de la Oficina Económica y Comercial de España en Milán.



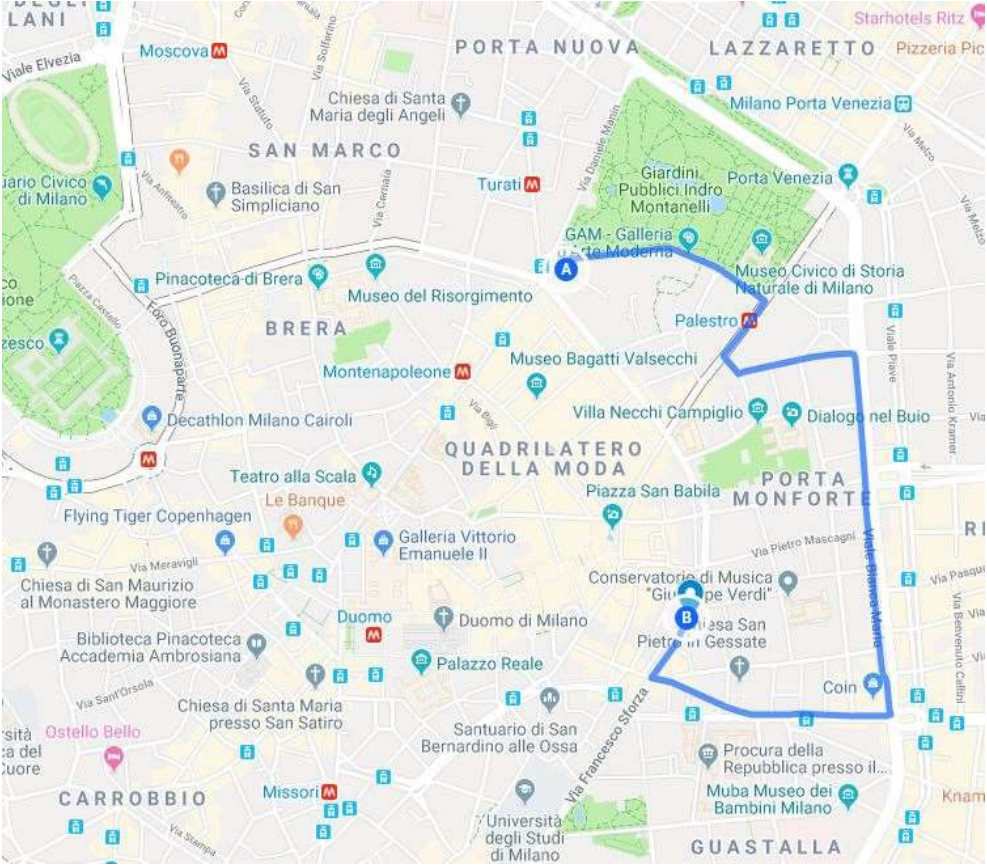
MARTES, XX DE XXXX

10:30h.

Empresa	
EMPRESA 2	
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1
Idioma	Italiano, inglés
Dirección	Dirección 2
Teléfono / Fax	+(00) 00 000 00000
Correo-e	contacto1@empresa2.it
WEB	www.empresa2.it
Localización	
Perfil de la empresa	Empresa 2 es una empresa nacida de la iniciativa de Xxxx, uno de los más famosos y respetados directivos del sector inmobiliario italiano y Caballero de la Orden del Mérito de la República italiana. La empresa se encarga de apoyar a la dirección, al equipo, y a la fuerza de ventas de las empresas en fase de cambio y desarrollo o de la puesta en marcha de nuevas empresas.
Observaciones de interés	La empresa se encuentra situada en Dirección 2, ubicada aproximadamente a media hora del centro de Milán en transporte público o a 15 minutos en coche.



MIÉRCOLES, XX DE XXXX
10:30h.

Empresa	EMPRESA 3
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Coordinador de marketing y comunicación
Idioma	Español, italiano
Dirección	Dirección 3
Teléfono / Fax	+(00) 00 000 00000
Móvil	+(00) 00 000 00000 (Contacto 1)
Correo-e	contacto1@empresa3.eu
WEB	www.empresa3.eu
Localización	
Perfil de la empresa	La consultora presta sus servicios desde el año XXXX y se dedica a facilitar y acelerar la fase de expansión en Italia de cadenas de <i>retail</i> y al desarrollo de la red de ventas. El servicio está dirigido a empresas y retailers italianos o extranjeros en fase de expansión. Hablan español fluido.
Observaciones de interés	La reunión no tendrá lugar en la sede de la consultora, sino en el estudio XXXX, donde estará presente también su consultor experto en desarrollo de <i>franchising</i> .

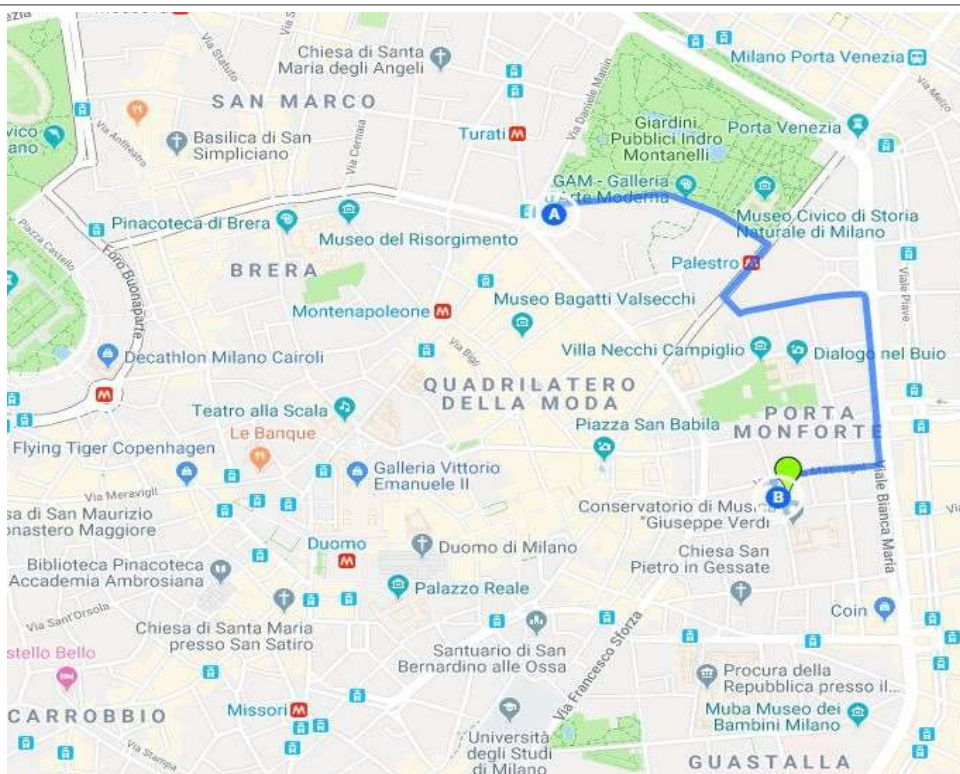


MIÉRCOLES, XX DE XXXXX

15:00h.

Empresa	EMPRESA 4
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Consultor
Idioma	Italiano, inglés
Dirección	Dirección 4
Teléfono / Fax	+(00) 00 000 0000
Móvil	+(00) 00 000 00000 (Contacto 1)
Correo-e	mcontacto1@em
WEB	www.empresa4.it

Localización



Perfil de la
empresa

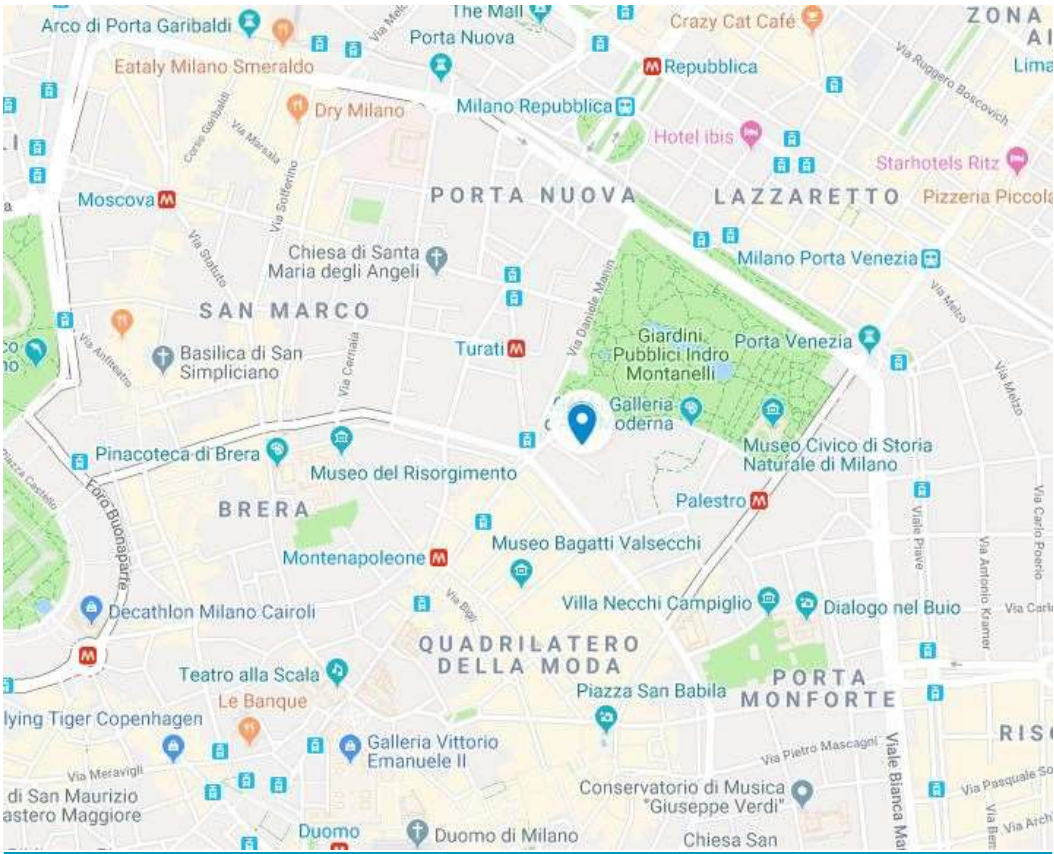
Los fundadores de esta consultora, Xxx y Xxxx pusieron en marcha esta “boutique” de consultoría tras un recorrido personal de más de 30 años en varias empresas líderes del sector de la moda y el retail. La consultora se dedica principalmente a la gestión de proyectos *franchising*, *retail* y relacionados con el mundo de la distribución.

Observaciones de
interés

Localización de la reunión por determinar.



JUEVES, XX DE XXXXX
15:30h.

Empresa	EMPRESA 5
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Directora
Idioma	Italiano, inglés
Dirección	Dirección 5
Teléfono / Fax	+(00) 00 000 00000 (Vercelli) +(00) 00 000 00000 (Milán) Fax: +(00) 00 000 00000
Correo-e	rcontacto1@empresa5.com
WEB	www.empresa5.com
Localización	
Perfil de la empresa	Las áreas de actuación de la consultora se refieren principalmente a los problemas relacionados con la distribución, sobre todo aquellos relativos al diseño y reestructuración de la red de distribuidores y puntos de venta y la creación de la red de venta que los apoya, prestando una especial atención al desarrollo del <i>franchising</i> .
Observaciones de interés	La reunión con la Sra. Xxxx tendrá lugar en la sede de la Oficina Económica y Comercial de España en Milán, por petición expresa de la consultora.



2.3. Otras empresas interesadas

La siguiente empresa fue contactada para mantener reuniones de negocio, pero por los motivos que se detallan a continuación, fue imposible incluirla en la agenda.

Empresa 1	EMPRESA 6
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1
Idioma	Italiano, inglés
Dirección	Dirección 6
Teléfono / Fax	(+00) 00 000 0000 (+00) 00 000 000
Correo-e	fcontacto6@empresa6.it
WEB	www.empresa6.it
Perfil de la empresa	Empresa 6 es una sociedad de consultoría de <i>franchising</i> que ejerce su actividad desde hace 20 años. La empresa ofrece servicios profesionales para el lanzamiento y desarrollo de redes de venta en <i>franchising</i> . La consultora es miembro de la <i>International Franchise Association</i> (IFA), socio fundador de la IFCN (International Franchise Consultants Network), colabora con las empresas más autorizadas del sector y está comprometida con el respeto del Código de Conducta de los Consultores de Franquicias.
Motivo que impidió la entrevista	No fue posible concertar una cita debido al cierre por periodo vacacional de la consultora, a pesar del interés mostrado en un primer momento.
Observaciones de interés	La empresa nos comunicó que para evaluar mejor la situación de Mxxxx y entender sus necesidades, tendrían necesidad de una presentación donde la empresa expresase sus objetivos.



2.4. Empresas con las que no se ha podido concertar una reunión y motivos

Las siguientes empresas fueron contactadas para poder mantener una reunión de negocios, pero la invitación fue declinada o no fue posible obtener una respuesta.

Empresa	LOCAL 1
Descripción	Cadena italiana de zapaterías situada en un segmento de precio medio. Cuentan con presencia en el norte y centro de Italia, especialmente en las regiones de Lazio y Lombardía.
Motivo del rechazo	Consideran a Mxxxx como competencia directa.

Empresa	LOCAL 2
Descripción	Local 2 es una empresa italiana fundada en XXXX que produce accesorios de moda. La empresa dispone de "flagship stores" en Milán y en Roma y cuenta con numerosos puntos de venta en Italia, España, Francia y Portugal.
Motivo del rechazo	No están interesados en desarrollar redes de venta diferentes a la propia.

Empresa	LOCAL 3
Descripción	Local 3 es una empresa española dedicada a la fabricación y comercialización de calzado confort de alta calidad. Cuentan con tiendas en Milán y Roma, Florencia y Verona
Motivo del rechazo	Consideran a Mxxxx como competidora.

Empresa	LOCAL 4
Descripción	Local 4, marca propiedad de XXXX Holding., fue fundada en XXXX y pocos años después de su creación se convirtió en líder en bolsos, maletas y accesorios de moda. En poco tiempo Local 4 desarrolla una red de franquicias de más de 650 puntos de venta en Italia y en todo el mundo, con más de 500 empleados trabajando entre la sede central y la red territorial.
Motivo del rechazo	No creen que sea el momento de desarrollar redes de franquicias diferentes a la propia.

Empresa	LOCAL 5
Descripción	Empresa dedicada a la comercialización de moda de niño, con presencia en toda Italia a través de un sistema de franquicias.
Motivo del rechazo	No están interesados en desarrollar una red de franquicias diferente a la suya.

(...Y 20 empresas más)



3. Información del mercado

3.1. Breve nota sobre la situación de la franquicia en el mercado italiano

Hasta el momento, el mercado de la franquicia en Italia resiste mejor que otros sectores la desaceleración económica, pero las previsiones apuntan a que el 2019 será un año más difícil que el anterior. Según la asociación *Federfranchising Confesercenti* “el sector de la afiliación comercial siguió creciendo en 2018 y cierra el año con una facturación de 24.400 millones de euros, un 0,8% más que en 2017. El resultado es ligeramente inferior al incremento del 0,9% registrado el año anterior”. La explicación que proporcionan desde la asociación para el crecimiento tiene que ver con la continua expansión de la red “El hecho de aumentar el número de empresarios afiliados - franquiciados – en más de 52.000 (+1,6% respecto al año anterior) y empleados (más de 195.000, +1,1%).

No obstante, a pesar de las cifras alcanzadas durante los años precedentes, se prevé que el año 2019 sea menos favorable para las franquicias, debido al brusco descenso del consumo de los hogares registrado a partir de finales del 2018. De hecho, en diciembre de 2018 el consumo seguía siendo 4.600 millones de euros inferior a los niveles de 2011. Además, las previsiones indican que el crecimiento para 2019 será del 0,4%, la cifra más baja de los últimos cinco años. Otra de las razones de la ralentización del mercado de la franquicia es la concentración del sector en los grandes operadores.

En cuanto a los sectores de actividad, en Italia la mayor parte de las actividades de franquicia se concentran en los servicios personales (un 25% de los franquiciados) y en la confección (21% de los franquiciados), seguidos a poca distancia por la restauración (18%).

Por otra parte, la franquicia sigue siendo una de las fórmulas más populares para empezar a trabajar por cuenta propia. Según las encuestas realizadas por la consultora SWG para *Federfranchising*, uno de cada cuatro italianos se plantearía abrir un negocio de franquicia. Sin embargo, según algunas de las empresas con las que hemos podido hablar, uno de los problemas actuales en Italia a la hora de abrir un negocio sigue siendo la dificultad de acceso al crédito, cuestión que afecta también a las franquicias, además de la tendencia actual de muchos aspirantes a franquiciados que prefieren optar por negocios que requieran una inversión inicial no muy elevada.

También hay que destacar la tendencia – ya adoptada por muchos franquiciadores – de moverse hacia modelos de distribución híbridos. Es decir, cada vez más se opta por la coexistencia de canales offline y online también en las franquicias.



3.2. Breve nota sobre la situación del sector del calzado en el mercado italiano y datos de comercio exterior

TABLA 1. CÓDIGO ARANCELARIO Y DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Código arancelario	Descripción
6401	Calzado impermeable con suela y empeine de caucho o plástico, cuya parte superior no está fijada a la suela mediante costura, remaches, clavos, tornillos, clavos o similares, ni constituida por piezas diferentes ensambladas por los mismos procedimientos (excepto el calzado ortopédico y el calzado al que se fijan patines, espinilleras y artículos similares de protección utilizados en deporte)
6402	Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico (excepto el calzado impermeable de la partida 6401, el calzado ortopédico, el calzado con patines o bastones para hielo y el calzado que tenga el carácter de juguete)
6403	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural (excepto el calzado ortopédico, el calzado con patines o rodillos para hielo y el calzado que tenga el carácter de juguete)
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil
6405	Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico, de materias distintas del caucho, plástico, cuero y textiles; calzado con suela de madera, corcho, sogá, cartón, piel, tela, fieltro, tela sin tejer, linóleo, rafia, paja, lufa, etc., y parte superior de cualquier materia, n.c.o.p.

En cuanto al sector del calzado, hay que tener en cuenta que, en Italia, se produjo durante la segunda mitad del año 2018 una bajada de los niveles de producción (- 4% en volumen). Esta situación se debe a la persistencia de las dificultades en varios mercados extranjeros, a los que se añade un estancamiento ya crónico de la demanda interna.

Se estima que el año cerró con una bajada en el volumen de la producción “*Made in Italy*” (-2,6%) y también de las exportaciones (-2,3%), aunque con signos positivos en valor, en virtud del aumento de los precios medios. Esta evolución divergente entre volumen y valor confirma el papel ya determinante en los resultados del sector de las grandes marcas internacionales del lujo y la concentración del sector hacia un segmento de precios más alto, hecho que se confirma con el cierre de varias cadenas de distribución situadas en una gama media de precio.

En cuanto a la demanda interna en Italia, los datos referidos a los primeros 11 meses del año 2018 no muestran ningún signo de recuperación: -0,9% en volumen y un 0,3% en valor. El único sector que crece es el del calzado deportivo. Además, según datos de las Cámaras de comercio, el número de empresas activas ha sufrido una disminución durante el año 2018 de 203 empresas respecto al 2017, entre industria y artesanía, lo que ha supuesto una pérdida de 920 puestos de trabajo en el sector.

En Italia, los productos de lujo tienen mayor demanda en las compras realizadas por turismo, ya que Italia se encuentra dentro de los circuitos más importantes de turismo de compra de lujo.



También puede observarse en estos últimos años, el incremento de las ventas por descuentos en el calzado. Esto ha causado efectos negativos en los márgenes de ingresos de las empresas, ya que la compra con descuento supone más del 55% de las ventas. En cuanto a los materiales más demandados sigue siendo la piel, seguido del sintético y, a mucha distancia, el plástico.

También el 2019 ha comenzado con unas perspectivas poco prometedoras: la bajada de los pedidos en el último trimestre del 2018 (-1,2%) auguran la continuidad de la tendencia durante el año en curso.

Por tipología de calzado, en 2017 queda reflejado como el calzado clásico y el clásico de tipo confort es el más producido en Italia (80%) yendo muy ligado a una gama alta de lujo junto con el proceso artesanal y de la calidad del *Made in Italy*. Por detrás queda el calzado deportivo o *sneakers*, que está cada vez más de moda entre el público juvenil. Por último, las zapatillas de usos más específicos.

A continuación, se muestran algunos datos sobre el intercambio comercial de calzado entre España e Italia y los principales países de origen de las importaciones italiana de calzado:

TABLA 1. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A ITALIA DEL SECTOR DEL CALZADO (2015-2018).

Valores en €

Código arancelario	2015	2016	2017	2018	Variación año anterior %
6401	2.112.927,46	2.187.198,37	2.218.728,36	841.692,08	-62,07
6402	51.417.537,34	69.100.684,44	70.775.752,24	73.895.626,60	4,70
6403	133.882.990,91	136.996.101,22	146.265.388,48	143.229.479,05	-0,63
6404	64.592.589,51	74.018.712,16	75.217.154,52	75.516.532,79	0,39
6405	22.230.660,95	19.980.353,81	21.558.164,49	16.157.546,16	-25,34

Fuente: Estacom.

TABLA 2. IMPORTACIONES ITALIANAS DE CALZADO ESPAÑOL.

Valores en €

Código arancelario	2016	2017	2018
6401	9.775.834	10.024.425	6.873.737
6402	35.769.888	33.326.031	45.482.898
6403	131.178.858	132.363.837	116.586.650
6404	52.575.849	44.861.582	48.358.945
6405	14.515.170	16.333.301	6.689.398

Fuente: ISTAT.



TABLA 3. PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES ITALIANAS

Valores en €

País	Posición	2018	2017	2016
China	1	748.878.990	747.935.770	830.928.010
Francia	2	677.288.080	455.571.360	366.031.080
Bélgica	3	437.994.030	418.600.300	380.514.110
Rumanía	4	410.995.790	428.781.790	428.544.590
Alemania	5	381.482.680	206.393.540	150.708.430
Países Bajos	6	334.895.980	411.834.649	418.543.070
Vietnam	7	273.707.780	304.211.660	352.341.640
España	8	223.992.130	236.909.570	243.822.560
Albania	9	204.852.710	194.520.740	176.509.110
Túnez	10	151.711.330	127.770.820	121.142.740

Fuente: Eurostatcom.

El precio medio de las exportaciones italianas es muy superior al precio medio de las importaciones que realiza. La explicación reside en que Italia es uno de los principales productores mundiales de calzado de gama alta y medio-alta mientras que las importaciones se suelen realizar con calzado de menor calidad y gama media-baja, que en su mayoría y tal como se puede observar en el gráfico procede de China (con un precio medio de 6,18€ en 2017), Francia (27,19€), Rumanía (20,51€), Bélgica (24,35€) y los Países Bajos (24,21€).

La tendencia en la evolución tanto del precio de las exportaciones como de las importaciones desde el año 2000 hasta 2017 es ascendente, a pesar de una reciente y leve disminución entre el 2016 y el 2017.

Si se desea obtener una información más extensa sobre el mercado del calzado en Italia, se recomienda acudir a los siguientes enlaces:

- [El mercado del calzado y su e-commerce en Italia 2018.](#)
- [Informe de Feria. MICAM, septiembre 2019.](#)
- [Informe de Feria. Expo Riva Schuh, junio 2019.](#)



3.3. Otra información de interés

- **Ferias:**

Nombre de la Feria	Salone del Franchising
Dirección	Viale Lodovico Scarampo, 2, 20149 Milano MI (Italia)
Teléfono	+39 02 0999 2453
Idioma contacto	Italiano, inglés
WEB	https://www.salonefranchisingmilano.com/it/home
Próxima edición	XX/XX/XXXX
Descripción del evento	El Salone del Franchising de Milán es una feria dedicada a la distribución profesional, orientada a apoyar el encuentro entre franquiciadores, franquiciados y potenciales franquiciados y a desarrollar la innovación en la cadena de comercio, entendida en su sentido más amplio: del comercio electrónico a la franquicia, del comercio minorista al comportamiento de compra, de las redes, los servicios, las tecnologías y el marketing.

- **Asociaciones sectoriales:**

Nombre Asociación	ASSOFRANCHISING
Dirección	Via Melchiorre Gioia, 70, 20125 Milano MI (Italia)
Teléfono	+39 02 2900 3779
Email	assofranchising@assofranchising.it
Idioma contacto	Italiano, inglés
WEB	https://www.assofranchising.it/
Perfil	Assofranchising persigue y quiere certificar la calidad de la franquicia ante los consumidores, instituciones y potenciales emprendedores de la red de afiliación comercial. La Asociación tiene como objetivo crear las condiciones y oportunidades para promover los intereses de los miembros a través de la colaboración en red entre ellos, el diálogo con instituciones italianas e internacionales y las relaciones comerciales con socios cualificados.



Agenda de reuniones de negocio para Business, S.A. en Italia

Nombre Asociación	FEDERFRANCHISING - Conferescenti FEDERAZIONE ITALIANA FRANCHISING
Dirección	Via Nazionale, 60, 00184 Roma
Teléfono	+39 06 47251
Email	federfranchising@confesercenti.it
Idioma contacto	Italiano, inglés
WEB	https://www.federfranchising.it/
Perfil	Federfranchising es un equipo que representa a las empresas en el difícil reto de la competencia. Para ganarlo, la Federación participa en reuniones específicas con el Gobierno y las máximas autoridades del país en materia económica, y ofrece a sus empresas miembros servicios y asistencia para facilitar el acceso a la financiación, para la formación continua de sus empleados sin costes adicionales para las empresas con FON.TER, para el desarrollo de redes, para la comunicación y el marketing, para la búsqueda de emplazamientos y para la internacionalización.

• Organizaciones industriales y comerciales:

Nombre Asociación	CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA EN ITALIA
Dirección	Via Caradosso, 12, 20123 Milano MI
Teléfono	+39 02 861137
Email	info@camacoes.it
Idioma contacto	Español, italiano, inglés
WEB	www.camacoes.it
Perfil	La Cámara Oficial de Comercio de España en Italia es una asociación sin ánimo de lucro reconocida oficialmente por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Fomenta el comercio y la inversión bilateral impulsando las relaciones económicas entre España e Italia. Representa los intereses de empresas establecidas o que estén interesadas en establecer relaciones comerciales y empresariales entre ambos países. Forma parte de la red de 35 Cámaras de Comercio en el extranjero (Camacoes) de la Cámara de Comercio de España. Las áreas principales de la Cámara son: – el networking entre las empresas socias; – los servicios comerciales; – la promoción internacional.



Agenda de reuniones de negocio
para Business, S.A. en Italia

Nombre Asociación	CONFINDUSTRIA Confederación de empresas industriales italianas
Dirección	Sede Central en Roma: Viale dell'Astronomia, 30 - 00144 Roma Delegación en la Región de Lombardía: Via Pantano 9 - Palazzo Giò Ponti - 20122 Milano (Confindustria Lombardía)
Teléfono	+39 02 583 70800 (Confindustria Lombardía)
Email	segreteria@confindustria.lombardia.it
Idioma contacto	Italiano, inglés
WEB	www.confindustria.it
Perfil	Confindustria es la principal asociación que representa a las empresas de fabricación y servicios en Italia, con organización territorial. Más de 150.000 pequeñas, medianas y grandes empresas forman parte de la confederación.

Nombre Asociación	CONFCOMERCIO Confederación de empresas de comercio italianas
Dirección	Piazza G. G. Belli, 2 - 00153 Roma
Teléfono	+39 06 58 66 585 565
Fax	+39 06 58 12 880
Email	confcommercio@confcommercio.it
Idioma contacto	Italiano, inglés
WEB	www.confcommercio.it
Perfil	CONFCOMMERCIO-Imprese per l'Italia, Confederazione Generale Italiana delle Imprese, delle Attività Professionali e del Lavoro Autonomo (Confederación General Italiana de Empresas, Actividades Profesionales y Autoempleo), es la mayor representación empresarial de Italia, con más de 650.000 empresas asociadas.



Agenda de reuniones de negocio
para Business, S.A. en Italia

Nombre Asociación	CONFERESCENTI Confederación italiana de pequeñas y medianas empresas
Dirección	Via Nazionale 60 – 00184 Roma
Teléfono	06 47251
Fax	06 4746886
Email	confes@confesercenti.it
Idioma contacto	Italiano, inglés
WEB	www.conferescenti.it
Perfil	Organización constituida con el objetivo de proporcionar a la pequeña y mediana empresa un amplio conjunto de servicios y apoyo mediante un sistema de organización territorial.



4. Información práctica del país

4.1. Información útil sobre el funcionamiento del país

- **Hora local, vacaciones y días festivos:**

El horario local es el mismo que el de la península ibérica (GMT+1 en invierno y GMT +2 en verano). Los cambios de hora legal se realizan en las mismas fechas.

Las fiestas nacionales son las siguientes:

- 1 de enero: Año Nuevo
- 6 de enero: Epifanía
- Lunes de Pascua.
- 25 de abril: Fiesta de la Liberación.
- 1 de mayo: Fiesta del Trabajo
- 2 de junio: Fiesta de la República.
- 15 de agosto: Ferragosto / Asunción.
- 1 de noviembre: Todos los Santos
- 8 de diciembre: Inmaculada Concepción.
- 25 de diciembre: Navidad
- 26 de diciembre: San Esteban

A estas fechas hay que añadir los festivos locales. En Roma, por ejemplo, es festivo el 29 de junio (San Pedro y San Pablo) mientras que en Milán es festivo el 7 de diciembre (San Ambrosio).

- **Horarios de trabajo:**

Los principales horarios que conviene tomar en consideración son los siguientes.

- **Horario de los bancos:** de 8:20 a 13:45h y de 15:00 a 16:00h.
- **Horario de comercios:** Italia cuenta con liberalización de horarios comerciales, pero los horarios más habituales son de 9:00 a 13:00h y de 16 a 19:30h.
- **Administración Pública:** de 8 a 14h.

- **Comunicaciones y conexiones con España:**

La comunicación entre las redes telefónicas nacionales españolas e italianas se realiza a través de las infraestructuras propias de los operadores de ambos países, responsables de las interconexiones entre las dos redes.

Para llamar a un número de teléfono desde el extranjero (o desde un número español, aunque la llamada se realice desde Italia), se debe marcar el prefijo internacional de Italia



(0039) seguido del número de teléfono del usuario, tanto si se llama desde un teléfono fijo como desde un móvil.

- **Condiciones sanitarias:**

Ninguna vacuna es obligatoria para entrar en el país. La tarjeta sanitaria europea otorga derecho a la utilización de los servicios sanitarios.

Hospitales en Milán:

Públicos y convencionados		
Presidio Ospedaliero Ospedale Niguarda Ca' Grande	Piazza Ospdale Maggiore 3 – 20162 Milano	Tel. +39 02 64441
Azienda Ospedaliera San Carlo Borromeo	Via Pio II, 3 – 20153 Milano	Tel. +39 02 40221
Ospedale San Paolo	Via Di Rudini, 8 – 20142 Milano	Tel. +39 02 81841
Presidio Ospedaliero Vittore Buzzi	Via Castelvetro 22 – 20154 Milano	Tel. +39 02 57991
Presidio Fatebenefratelli e Oftalmico	C.so di Porta Nuova, 23 – 20121 Milano Via Macedonio Melloni, 52 - 23129	Tel. +39 02 63631
Ospedale Luigi Sacco	Via G.B Grassi 74 – 20157 Milano	Tel. +39 02 39041
Ospedale Maggiore di Milano	Via Francesco Sforza, 28 – 20122 Milano	Tel. +39 02 55031
IRCCS Ospedale San Raffaele	Via Olgettina Milano, 60 – 20132 Milano	Tel. +39 02 26431
Privados		
Provincia Lombardo – Veneta Dell'Ordine Ospedaliero di San Giovanni di Dio Ospedale San Giuseppe Fatebenefratelli	Via San Vittore, 12 – 20123 Milano	Tel.: +39 02 85991

4.2. Cómo hacer negocios en Italia

Italia al igual que España, es un país donde predominan las pequeñas y medianas empresas y donde más del 90% de las sociedades no llega al centenar de empleados. Además, es común que las empresas se especialicen en determinados productos dependiendo de la zona geográfica en la que se sitúen. En las reuniones de negocios es importante respetar las particularidades de cada región y evitar los comentarios comparativos.



Asimismo, conviene tener en cuenta que Italia es un país heterogéneo con marcadas diferencias de región a región y, especialmente, entre norte y sur. El norte de Italia es el motor económico del país y donde mayormente se concentra el sector industrial. Los italianos del norte son más formales y protocolarios en las reuniones y la toma de decisiones más rápida. Suelen dar bastante importancia a las primeras impresiones.

Los italianos también agradecen que se envíe una agenda de temas a tratar durante la reunión y una relación de las personas que participarán en la misma, así como otra documentación que pudiera resultar de utilidad para que el encuentro se desarrolle de forma eficaz.

4.3. Direcciones y números de teléfono de utilidad

Oficina Económica y Comercial de España en Milán

Via del Vecchio Politecnico 3 – 20121 Milano

Tel. +39 02 781400 – Fax. 0039 02 781414

Email: milan@comercio.mineco.es

Oficina Económica y Comercial de España en Roma

Viale delle Milizie 12 – 00192 Roma

Tel. +39 06 372 8206 – Fax. 0039 02 781400

Email: roma@comercio.mineco.es

Embajada de España en Italia

Palacio Borghese, Largo della Fontanella Borghese, nº 19 - 00186 Roma

Tel. +39 06 684 04 – Fax. +39 06 6872256

Email: emb.roma@maec.es

Consulado General de España en Roma

Via Campo Marzio, 34 (00186) Roma

Tel. +39 06 687 1401 / +39 06 683 00587 – Fax. +39 06 687 1198

Email: cog.roma@maec.es

Consulado General de España en Milán

Via Fatebenefratelli, 26 (20121) Milán

Tel. +39 02 632 8831 – Fax. +39 02 657 1049

Email: cog.milan@maec.es



Otros números de interés

- **Taxis:** a continuación, se proporciona algunos números de teléfono desde los que solicitar un taxi en la ciudad de Milán.

Radio Taxi: +39 02 8585
+39 02 6767

Etaxi: +39 02 5353

- **Ambulancias – Urgencias:** 118
- **Carabinieri:** 112
- **Policía:** 113
- **Bomberos:** 115
- **Guardia de finanza:** 117
- **Situación del tráfico:** 1518



Agenda de reuniones de negocio
para Business, S.A. en Italia

Responsable del servicio:

Jefe del Departamento de Agroalimentarios, Vinos y Servicios

Servicio elaborado por:

Área de Servicios Personalizados

Contacto: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán

Dirección: Via del Vecchio Politecnico, 3, 20121 Milán (MI) Italia

Teléfono: 00 (39) (02) 781400

E-mail: milan@comercio.mineco.es

Para más **información** sobre Italia:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/portada/index.html?idPais=IT>

Twitter: @ICEXItalia

La **Oficina Económica y Comercial de España** en Milán dispone

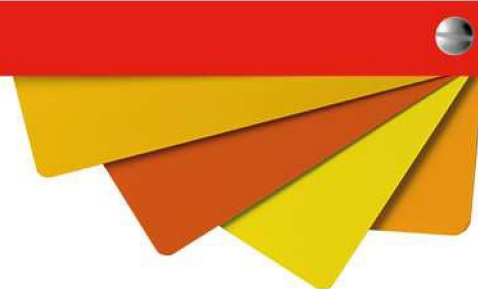
de un amplio catálogo de Servicios Personalizados entre los que destacamos:

- ✓ Selección de potenciales socios comerciales
- ✓ Agendas de entrevistas con posibles socios, instituciones, organismos, etc.
- ✓ Elaboración de estudios de mercado a la medida
- ✓ Análisis de la competencia
- ✓ Cesión de espacios en las Oficinas Económicas y Comerciales
- ✓ Diseño y organización de acciones de marketing y promoción comercial
- ✓ Acompañamiento de personal de la Oficina Comercial
- ✓ Atracción de inversiones a España
- ✓ Invitaciones a España de compradores y prescriptores
- ✓ Informes comerciales de compañías extranjeras
- ✓ Comparativas de precios en puntos de venta

Y mucho más.



SERVICIOS
PERSONALIZADOS
ICEX



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

Ventana Global

(+34) 913 497 000

(Lunes a Jueves 9 a 17h / Viernes de 9 a 15h)

Información@icex.es



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



España
Exportación
e Inversiones



T. (+34) 913 497 100 | www.icex.es

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa