

Calzado masculino en Jordania

A. CIFRAS CLAVE

El mercado del calzado masculino en Jordania se caracteriza por el elevado número de importaciones que recibe el país, las cuales han aumentado, a pesar de la pandemia, en 2020 y sobre todo en 2021. El mercado se divide en tres segmentos: productos de gama baja, gama media o media-alta, y de lujo. China es el principal proveedor, al ofrecer un gran volumen de calzado a precios reducidos. En el resto de segmentos predominan los productos europeos y turcos. La forma predilecta de acceso al mercado ha sido mediante franquicias. Sin embargo, existe una interesante oportunidad de entrada a través de tiendas multimarca para aquellas marcas con una menor notoriedad en el extranjero. En cualquier caso, una reciente reducción de los aranceles para los productos extracomunitarios anticipa una mayor competencia en el mercado jordano.

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	2022
PIB nominal (millones de USD)	40.182	42.350	44.629	43.821	45.371	47.500 (est.)
PIB per cápita (USD)	3.997	4.108	4.229	4.055	4.103	-
Crecimiento del PIB a precios constantes	2,1 %	1,9 %	2,0 %	-1,6 %	2,2 %	2,5 % (1er Tr.)
Población (miles hab.)	10.053	10.309	10.554	10.806	11.057	11.168 (junio)
Desempleo	18,3 %	18,7 %	19 %	24,7 %	23,3 %	22,8 (1er Tr.)
Inflación	3,3 %	5,1 %	0,6 %	0,3 %	1,4 %	4,39 % (mayo)

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector del calzado se enmarca en el capítulo arancelaria 64 del Sistema Armonizado, “Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos”. Las partidas dedicadas al calzado, así como los datos de comercio exterior, no distinguen por géneros, por lo que los datos que se obtendrán serán generales. La siguiente tabla recoge las partidas estudiadas.

TARIC	DESCRIPCIÓN
64	CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS
6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes 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 material textil.
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
6405	Los demás calzados.

Fuente: Access2Markets.

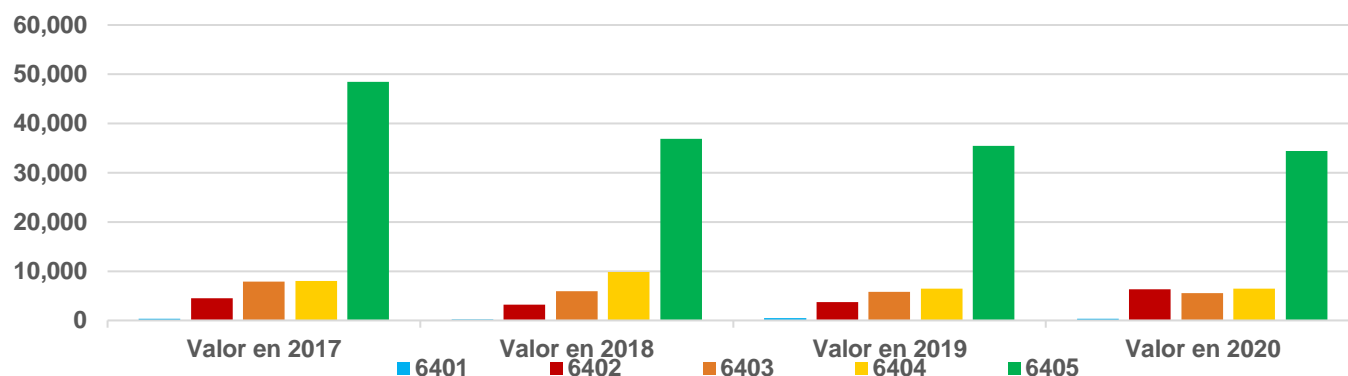
B.2. Tamaño del mercado

El mercado del calzado se divide en tres categorías: los fabricantes de calzado de mujer, que utilizan como materia prima el cuero sintético; los productores de calzado de caballero, que emplean sobre todo la piel natural; y, por último, los productores de calzado de seguridad y militar, que presenta unas características especiales en cuanto a fabricación y materiales empleados por el uso al que se destinan estos productos. Si bien el objetivo de este informe es el calzado masculino, los datos de comercio exterior que se presentan a continuación agrupan el calzado en su conjunto, sin distinguir entre géneros. En cualquier caso, expertos del sector estiman que el reparto entre calzado masculino y femenino en el mercado es aproximadamente equitativo, si bien el masculino es, de media, ligeramente más caro.

De acuerdo con expertos del sector, actualmente existen en torno a 1.200 tiendas de calzado en Jordania, de las cuales 550 están ubicadas en Ammán, la capital. La mayor parte de estas tiendas pertenecen a marcas extranjeras, ya que existen escasas fábricas de carácter familiar y talleres artesanales de cuero natural y artificial en el país. Esto demuestra la reducida producción local, que apenas es capaz de cubrir la demanda, especialmente para el calzado más sofisticado. Esto queda reflejado en el volumen de importaciones del país, que en 2021 han aumentado un 19,71 % hasta llegar a los 48 millones de dinares jordanos (aproximadamente 66,5 millones de euros), según los expertos consultados.

Es importante aclarar que el mercado del calzado está dividido en tres segmentos. El primero, y de mayor volumen, engloba el calzado de gama baja, de menor calidad y más barato, cuya demanda queda satisfecha por la escasa producción local y las importaciones chinas, líder indiscutible del mercado. En segundo lugar, el calzado de gama media comprende los productos importados de marcas europeas y turcas, entre otras. Se trata de un segmento más flexible en cuanto a calidad, precio y prestigio. Finalmente, el segmento más reducido corresponde al calzado de lujo, copado por marcas europeas con una gran notoriedad.

El gráfico siguiente muestra la evolución de las importaciones durante los últimos cuatro años, aunque aún no existen datos disponibles de 2021 que desglosen el volumen de importaciones por partidas arancelarias.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SEGÚN PARTIDAS ARANCELARIAS (*)
En miles de EUR


(*) No existen datos por partidas para 2021.

Fuente: TradeMap.

Se puede observar el predominio de la partida 6405, que engloba la mayor parte del calzado en el mercado jordano. En términos relativos, en 2020, el reparto entre partidas ha sido el siguiente: la partida 6401 abarcó el 1 % de las importaciones, la partida 6402 el 12 %, la partida 6403 el 10 %, la partida 6404 el 12 %, y la partida 6405 el 65 %.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DEL SECTOR DEL CALZADO EN JORDANIA
En miles de EUR

	2017	2018	2019	2020	2021 (*)
Exportaciones	2.912,00	3.999,00	4.503,00	1.618,00	-
Importaciones	70.735,00	57.594,00	53.751,00	55.583,00	66.500,00

(*) Estimaciones según expertos del sector.

Fuente: TradeMap.

De la tabla anterior se deduce el déficit de balanza comercial que experimenta Jordania en el sector del calzado. Sin embargo, no se trata de un dato sorprendente, ya que históricamente Jordania ha sido un país importador y que precisa importar la mayor parte de los productos que consume.

Si bien la pandemia provocó una reducción considerable de las exportaciones, queda patente que el impacto de la COVID-19 en las importaciones ha sido prácticamente inexistente. De hecho, se observa que estas aumentaron un 3,41 % en 2020, y se estima que en 2021 hayan aumentado un 19,71 %, como se mencionó anteriormente. La tabla siguiente muestra los principales países de origen de dichas importaciones.

IMPORTACIONES DE CALZADO EN JORDANIA, POR PAÍSES DE ORIGEN (*)
En miles de EUR

	2017	2018	2019	2020
Total	70.737,00	57.595,00	53.750,00	55.582,00
China	50.680,00	41.460,00	37.901,00	37.309,00
Turquía	4.131,00	4.869,00	3.799,00	4.663,00
Vietnam	3.070,00	2.061,00	1.954,00	4.071,00
España (10.º)	1.400,00	1.360,00	1.377,00	1.719,00

(*) No existen datos por países para 2021.

Fuente: TradeMap.

A falta de conocer el desglose de los datos por países en 2021, se puede observar que las importaciones mantienen una tendencia. China es indiscutiblemente la principal proveedora de calzado a Jordania, con un 67,12 % del total, seguida de Turquía con un 8,39 %, mientras que las exportaciones de España equivalen a un 0,87 % del total. Agentes del sector destacaron la importancia creciente que tendrán, en el futuro cercano, las importaciones de Turquía. Se trata de un producto de calidad-precio más atractivo que el europeo a pesar de ser de gama media, y por tanto, se espera que el cliente jordano tienda a adquirir este tipo de calzado. Por otro lado, la cercanía cultural y geográfica entre ambos países facilita los tramites logísticos, además de que la población jordana no requiere visado para la entrada en Turquía. Todo ello sitúa a los productos de ese país en una posición privilegiada.

Además, cabe destacar que en los primeros seis meses de 2022 ha tenido lugar una reducción del impuesto de aduanas para las importaciones procedentes de la mayor parte de los países. Dicho impuesto ha pasado de ser del 30 % al 5 %, por lo que España y el resto de los países europeos van a perder la ventaja competitiva del Tratado de Libre Comercio con la UE, que entró en vigor en 2002. En otras palabras, la competencia en el sector va a aumentar considerablemente en el futuro cercano.

EXPORTACIONES DEL SECTOR DEL CALZADO DE JORDANIA, POR PAÍSES DE DESTINO (*)

En miles de EUR

Indicadores	2017	2018	2019	2020
Total	2.914,00	3.998,00	4.504,00	1.618,00
Egipto	553,00	1.233,00	1.193,00	396,00
Zonas francas	806,00	418,00	1.141,00	334,00
EAU	389,00	404,00	942,00	279,00
España (10.º)	4,00	33,00	43,00	22,00

(*) No existen datos por países para 2021.

Fuente: TradeMap.

Como se puede observar, España no ha recibido históricamente un gran volumen de calzado desde Jordania. En términos comparativos, Egipto recibe el 24,47 % de las exportaciones jordanas de este producto, mientras que España recibe el 1,36 %.

B.3. Principales actores

Diversas marcas extranjeras están presentes en el mercado jordano. Estas cuentan con establecimientos ubicados en centros comerciales en el oeste de Ammán, donde reside la mayor parte de la población con un nivel de vida medio-alto, es decir, su público objetivo.

Tal y como se ha mencionado, la forma de entrada más habitual de las marcas internacionales en el mercado jordano es a través de franquicias. Esto se debe, entre otros motivos, a que la legislación jordana no permite que el empresario extranjero sea propietario de más del 50 % de una compañía establecida en Jordania. Los principales grupos franquiciadores no operan sólo en Jordania, sino que lo hacen en varios países de la zona, lo que les permite obtener unas condiciones más favorables en las negociaciones con las marcas extranjeras.

Así, se encuentran en el mercado marcas dirigidas a distintos segmentos, como por ejemplo las grandes cadenas de *fast-fashion* que, aunque en Europa se consideren marcas baratas, en Jordania son apreciadas por los consumidores de gama media. En la siguiente tabla se encuentra un resumen de algunas de las marcas establecidas en Jordania y el grupo franquiciador que las representa en el país.



MARCAS DE CALZADO EXTRANJERAS EN JORDANIA

Marca	País	Forma de introducción en el mercado	Descripción
Call It Spring	Canadá	Franquicia	Empresa de calzado que pertenece al Grupo Aldo
Aldo	Canadá	Franquicia	Empresa de calzado
Clarks	Reino Unido	Franquicia	Empresa de calzado
Geox	Italia	Franquicia	Empresa de calzado
Crocs	Estados Unidos	Franquicia	Empresa de calzado
Cordones	Jordania	Compra directa de fabricantes	Tienda multimarca que vende marcas españolas e italianas

Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada por expertos del sector.

Por último, se empieza a consolidar la tendencia de las tiendas multimarca. Se trata de establecimientos independientes que reciben *stock* de diversas marcas (normalmente de un mismo tipo de calzado o de un mismo país o región) que más tarde ofrecen al consumidor. Normalmente las marcas ofrecidas no gozan de notoriedad internacional como para abrir su propio establecimiento o franquicia, pero se ha demostrado que pueden encontrar salida en el mercado, ya que ofrecen un estilo de calzado distinto, pero alineado con las tendencias globales del mundo de la moda.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La percepción de la oferta española es buena, ya que los jordanos asocian los productos españoles a su origen europeo y, por tanto, a la calidad. Sin embargo, es importante destacar que los consumidores locales de cierto nivel adquisitivo suelen demandar productos de gama media o alta, donde la notoriedad de marca es considerable.

Esta es una asignatura pendiente para las marcas de calzado español, ya que el conocimiento de marcas españolas que existe en Jordania se limita a las marcas del grupo **Inditex**. Por ello, sería interesante que las empresas españolas de calzado invirtieran en campañas de *marketing* y *branding* para conseguir llamar la atención del consumidor jordano y que este comience a asociar el calzado español, en concreto, con calidad y estilo, tal y como ocurre con los productos italianos.

Por ejemplo, hay algunas tiendas multimarca que importan calzado desde España para venderlo directamente en sus locales de Ammán. Algunas de las marcas españolas presentes en tiendas multimarca jordanas son **Unisa**, **Victoria**, **IGOR** o las menorquinas. Si bien este tipo de calzado pertenece al sector femenino, se espera que empiecen a proliferar más tiendas multimarca que ofrezcan calzado masculino.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Según expertos del sector, los consumidores jordanos de tendencias occidentales, especialmente los del segmento joven, mantendrán la demanda de marcas internacionales ya que su influencia es cada vez mayor. Además, en los últimos años se ha apreciado un interés creciente por la moda y el diseño, con el aumento del número de diseñadores jóvenes jordanos y la celebración de distintos eventos de este tipo en la capital del país, Ammán.

En relación con el sector del calzado, las marcas internacionales, sobre todo las italianas y las españolas, son sinónimo de calidad y diseño, por lo que las tiendas multimarca están continuamente en búsqueda de nuevas firmas que ofrezcan productos que puedan funcionar en el mercado jordano. No obstante, la situación económica de Jordania se enfrenta a diversas dificultades, ya que el crecimiento económico no ha sido el esperado y la inflación va en aumento. Sin embargo, aún existen oportunidades a pesar de los riesgos potenciales que podrían afectar negativamente al sector.

Los principales grupos franquiciadores que operan en Jordania están continuamente a la búsqueda de marcas extranjeras con un buen posicionamiento a las que poder representar en el país. Esto implica la existencia de oportunidades para marcas españolas con una mayor notoriedad que deseen implantarse en este mercado, gracias también al prestigio del que gozan otras empresas españolas con años de experiencia en Jordania, como las del grupo Inditex o Mango.

Además, también existen oportunidades para marcas no tan conocidas que deseen vender a tiendas multimarca, y cuyos productos hayan sido elaborados en España y se puedan beneficiar del Tratado de Libre Comercio y Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Jordania. Según agentes del sector, existe un pequeño nicho de mercado para el calzado con un público objetivo de gama media-alta, que supone aproximadamente entre el 5 % y el 10 % de la población, dispuesto a buscar calzado más allá de las marcas más conocidas. Este tipo de consumidor comprende tanto a expatriados que trabajan en embajadas y buscan un calzado más afín a sus gustos y presupuesto, como a turistas procedentes del Golfo que pasan sus vacaciones en Jordania.

Por otro lado, el acuerdo entre la UE y Jordania permite exportar con arancel del 0 % desde Jordania a países de la UE. Además, gracias a la existencia del Tratado de Libre Comercio entre Jordania y EE. UU., las empresas que trasladen su producción a Jordania y que deseen exportar desde aquí a EE. UU. se beneficiarían del arancel nulo, siempre y cuando se cumplan las condiciones estipuladas en el acuerdo. El acuerdo permite la implantación de plantas de producción americanas en territorio jordano para su posterior exportación al país norteamericano.

Las marcas españolas pueden aprovechar la reputación que poseen los artículos producidos en España por su calidad y diseño para introducirse en el mercado. No obstante, se recomienda invertir en el posicionamiento de la marca, ya que para los consumidores jordanos es un factor relevante a la hora de tomar la decisión de compra.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La principal forma de entrada en el mercado jordano para las grandes marcas de moda es a través de franquicias. Existen tres modelos diferentes de contrato de franquicia:

- **Buying.** La empresa franquiciada compra las prendas que cree que va a vender y realiza el pago en el momento de la compra. Este modelo implica grandes riesgos para la empresa franquiciada, pero tiene un mayor control sobre los márgenes.
- **Pushing.** La empresa franquiciada paga por los productos que cree que va a vender y ofrece *feedback* continuo a la empresa franquiciadora para que esta le preste apoyo en la reposición de los artículos. La empresa franquiciada debe asumir el *stock* que no se venda.
- **Consignment.** Con este método, la empresa franquiciada recibe un porcentaje, previamente acordado, de las ventas de la marca en Jordania. Se trata del método más seguro para la empresa franquiciada, pero el margen que obtiene es menor que con los otros dos modelos.

Además, la empresa franquiciada debe pagar *royalty fees* a la marca internacional. Estos varían entre un 3 % y un 7 % de las ventas netas, según el acuerdo al que se llegue con la empresa franquiciadora.

Por otro lado, existen tiendas multimarca que venden distintas marcas extranjeras. En este caso, los propietarios de las tiendas multimarca compran directamente a los distribuidores extranjeros un determinado número de artículos, que posteriormente venden en sus establecimientos, ubicados principalmente en el oeste de Ammán.

Tanto a través de franquicias como de tiendas multimarca, el punto de venta predilecto para las marcas internacionales son los centros comerciales (*malls*). Dado el rango medio-alto en el que se centran las marcas, los puntos más importantes son **Taj Mall**, **City Mall** y **Abdali Mall**. Al igual que la ubicación de las tiendas, la imagen y presencia que se anuncia y se transmite en redes sociales es clave en su estrategia de *marketing*.

Por último, cabe destacar que poco a poco se busca potenciar la venta *online*.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Los **aranceles** aplicables al calzado varían en función de si se trata de importaciones de países de la UE o de otros países. En el caso de importaciones de la UE, las partidas objeto de estudio no están sujetas a aranceles. Anteriormente, los productos importados de fuera de la UE estaban sujetos a derechos de entre el 20 % y 30 %, según la partida arancelaria, bajo el régimen de Nación Más Favorecida. Sin embargo, en 2022 esos aranceles han sido rebajados hasta el 5 %. El Jordan Customs Department es el organismo jordano competente en la materia. Por otro lado, el impuesto general sobre las ventas es del 16 %.

En cuanto al **etiquetado y embalaje**, cada artículo deberá incluir la información sobre la empresa, talla y país de fabricación tanto en árabe como en inglés, a través de un estampado en el mismo calzado. En el embalaje también tendrá que indicarse la información en inglés. Asimismo, Jordania requiere una serie de documentos de importación:

- Certificado de origen EUR-1.
- Factura comercial (legalizada).
- *Packing list*.
- Licencia de importación – si corresponde.
- Certificado de transporte.
- Certificado de origen (COO).

En lo que respecta a exportaciones jordanas, destaca el acuerdo para la relajación de las Reglas de Origen, firmado en julio de 2016 y revisado y enmendado en diciembre de 2018. Se trata de un tema de vital importancia para las relaciones comerciales entre Jordania y la UE, ya que permite a los productos jordanos un arancel del 0 % en sus exportaciones a la UE. Para que las reglas de origen se apliquen al capítulo 64 (calzado), los productos deben fabricarse íntegramente en el país: se puede importar el material, pero no los diferentes componentes para su ensamblaje. Por otra parte, el valor de la materia prima no debe superar el 70 % del valor de fábrica del producto terminado.

E.3. Ayudas

Existen líneas de financiación públicas a las que pueden acogerse los exportadores españoles con intención de comercializar sus productos en Jordania. Para más información, se recomienda consultar el siguiente enlace: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/financiacion-para-la-internacionalizacion/financiacion-segun-fase-y-necesidad/index.html>

E.4. Ferias

En Jordania no existen grandes eventos consolidados en este sector. Si bien en los años previos a la pandemia surgieron eventos de moda y diseño como la Jordan Fashion Week, Souq Dezain o Amman Street Fashion, en el momento de redacción de este informe no existe intención de celebrar nuevas ediciones. Por ello, las ferias más relevantes a las que acuden los agentes del mercado jordano son MICAM (Milán), MOMAD (Madrid), u otras.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Amman Chamber of Commerce: <http://www.ammanchamber.org.jo>
- Jordan Chamber of Commerce: <http://www.jocc.org.jo>
- European Commission Trade Policy Jordan. <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/jordan/>
- Banco Central de Jordania. www.cbj.gov.jo
- Taj Mall. <http://tajlifestyle.com/>
- City Mall. <https://www.citymall.jo/>
- Abdali Mall. <http://www.abdalimall.com/>



- MICAM: <https://themicam.com/en/>
- MOMAD: <https://www.ifema.es/momad>
- Jordan Garments, Accessories & Textiles Exporter's Association (JGATE): <https://jgate.org.jo/>
- CIIN Magazine. <https://ciinmagazine.com/>
- ICEX. *Estudio de mercado sobre el calzado y moda femenina en Jordania (2019)*: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2019820582.html?idPais=JO>

icex

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Ammán** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Jordania**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Jordania, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Calle Zahran, 28 - Jabal Amman
Oficina Económica y Comercial de España / Embajada de España
P.O. BOX 927148
Amman – 11110 - Jordania
Teléfono: +962 (6) 5601281 / 5689205
Fax: +962 (6) 5603161
amman@comercio.mineco.es
<http://jordania.oficinascomerciales.es>

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

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: 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.

AUTOR

Martín Rimblas Vaquero

Oficina Económica y Comercial
de España en Ammán

amman@comercio.mineco.es

Fecha: 10/08/2022

NIPO: 114-22-016-9

www.icex.es

