

El mercado de la bisutería en Ucrania

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Kiev

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



ESTUDIO
DE MERCADO

24 de noviembre de 2020
Kiev

Este estudio ha sido realizado por
Cristian Dorta Cruz

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Kiev

<http://ucrania.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-20-020-9

1.1. Características del sector: producción, exportación e importación de bisutería

El sector de la bisutería en Ucrania se caracteriza por su crecimiento en los últimos años tras el periodo de crisis sufrido, en cuanto a producción se refiere. Además, como se aprecia en la Tabla 1, el valor de ventas en función del volumen no es proporcional debido a la volatilidad que ha tenido la grivna a lo largo de los años debido a diferentes factores económico-políticos que han afectado a la economía del país. Hay que tener en cuenta que el valor de la producción de bisutería en las bases de datos ucranianas viene establecido de forma genérica, y no de forma aislada por códigos como los establecidos para este estudio.

En la siguiente Tabla se observa la evolución de la producción y venta de la industria de bisutería en Ucrania en los últimos años. Además, se ha calculado el valor de ventas en euros a partir de un valor medio histórico de la grivna por años:

TABLA 1. PRODUCCIÓN DE BISUTERÍA EN UCRANIA MATERIA PRIMA PROPIA

Unidad	2014	2015	2016	2017	2018
Producción (kg)	745	565	576	2.935	3.768
Ventas (kg)	457	317	230	2.693	3.274
Ventas en Miles (UAH)	3.993,9	5.838,5	4.796,1	12.372,3	8.294,5
Ventas en Miles (€)	248,22	238,79	168,88	406,72	258,56

Fuente: Servicio Estadístico Estatal de Ucrania

TABLA 2. VALOR MEDIO ANUAL EURO/GRIVNA.

	2014	2015	2016	2017	2018
Histórico valor Grivna (€/UAH)	16,09	24,45	28,4	30,42	32,08

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Nacional de Ucrania

Las principales conclusiones son que la mayoría de la producción de bisutería o componentes en Ucrania son consumidos de forma interna, las ventas en peso han aumentado en los últimos años mientras que las ventas en valor disminuyeron en el último año, debido a la fluctuación del valor de la moneda.



En lo que se refiere a la producción de Ucrania con respecto al resto de países, ésta contribuye en un 0,02% al total de producción de bisutería mundial.

TABLA 3. BALANCE DE IMPORTACIONES-EXPORTACIONES DE BISUTERÍA EN UCRANIA, EN MILES DE EUROS.

	2014	2015	2016	2017	2018
EXPORTACIONES UCRANIA	1.086,45	1.104,75	1.486,08	1.598,87	1.828,36
IMPORTACIONES UCRANIA	24.527,34	17.893,84	14.716,58	13.100,99	14.933,85
SALDO COMERCIAL	-23.440,89	-16.789,09	-13.230,50	-11.502,12	-13.105,49

Fuente: Mundiesticom

Teniendo en cuenta que los datos obtenidos de las bases de datos ucranianas de producción engloban la totalidad de bisutería, sin tener en cuenta los códigos individuales objeto de este estudio, se estima el siguiente valor de consumo aparente:

TABLA 4. CONSUMO APARENTE UCRANIA EN MILES DE EUROS.

Consumo Aparente Miles de (€)	24.774,48	18.131,53	14.883,97	13.506,11	15.190,58
--------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Elaboración propia

Como se puede comprobar en la Tabla 5, España, después del año 2014 sufre una caída de sus exportaciones a Ucrania, pasando de ser el décimo país al decimosexto en los años posteriores. Sin embargo, esta tendencia cambia en el año 2018, cuando ocupa el puesto 14.

TABLA 5. IMPORTACIONES DE BISUTERÍA Y COMPONENTES POR UCRANIA, EN MILES DE EUROS.

	2014		2015		2016		2017		2018
República Checa	5.258,08	China	5.125,61	China	4.465,59	China	3.583,66	China	4.226,34
China	5.215,46	República Checa	3.193,66	Polonia	1.997,13	Polonia	2.032,82	Polonia	2.608,69
Turquía	2.926,32	Polonia	2.289,40	Italia	1.491,13	Italia	1.661,38	República Checa	1.707,22
Polonia	2.067,20	Italia	1.511,92	Alemania	1.416,68	Alemania	1.351,91	Italia	1.526,97
Italia	1.767,85	Alemania	1.207,10	República Checa	1.304,95	Rumanía	1.094,73	Alemania	1.408,71
Alemania	1.653,48	Rumanía	920,75	Rumanía	1.071,75	República Checa	1.091,39	Rumanía	1.182,38
Francia	758,25	Turquía	728,46	Turquía	575,30	Turquía	290,13	Letonia	313,14
Países Bajos	569,07	Países Bajos	453,61	Austria	347,12	Austria	278,11	Turquía	288,62



2014		2015		2016		2017		2018	
India	503,02	China-Hong Kong	391,74	Países Bajos	288,59	Francia	274,67	Austria	285,61
España	502,55	Francia	358,05	China-Hong Kong	249,74	Rusia	238,63	Francia	258,43
Egipto	395,47	Austria	287,18	Francia	231,12	Letonia	232,39	Rusia	227,28
Hungría	371,16	Hungría	254,50	Hungría	224,46	Hungría	187,26	Hungría	178,35
China-Hong Kong	349,47	Letonia	191,89	Rusia	215,34	Países Bajos	181,03	Países Bajos	91,56
Austria	331,13	Eslovaquia	148,68	Letonia	213,42	China-Hong Kong	115,30	España	90,77
Rumanía	259,52	Emiratos Árabes Unidos	136,71	Estados Unidos	84,52	Estados Unidos	101,85	Eslovaquia	88,94
Emiratos Árabes Unidos	275,50	España	134,55	España	81,81	España	72,76	China-Hong Kong	86,37
Letonia	233,53	Rusia	82,85	Eslovaquia	62,88	Eslovaquia	27,59	India	63,00
Eslovaquia	108,16	Estados Unidos	43,59	India	37,95	India	25,77	Estados Unidos	42,89
Estados Unidos	88,43	India	28,48	Emiratos Árabes Unidos	23,63	Emiratos Árabes Unidos	19,90	Emiratos Árabes Unidos	36,41
Rusia	80,23	Egipto	0,00	Egipto	0,00	Egipto	0,00	Egipto	0,00
TOTAL x20 países	23.713,88	TOTAL x20 países	17.488,70	TOTAL x20 países	14.383,10	TOTAL x20 países	12.861,26	TOTAL x20 países	14.711,68
TOTAL	24.527,34	TOTAL	17.893,84	TOTAL	14.716,58	TOTAL	13.100,99	TOTAL	14.933,85

Fuente: Mundiesticom

Entre los años 2015 y 2017 las importaciones realizadas por Ucrania sufrieron una caída debido a la fuerte crisis económica y política que se produjo, pero a partir del año 2018 se aprecia una leve recuperación.

En cuanto a España, la principal exportación corresponde al código **TARIC 961590**, “**HORQUILLAS; RIZADORES, BIGUDIES Y ARTICULOS**”. Estos componentes han tenido una progresión positiva en los últimos años, a excepción del 2018, cuando se produjo una caída importante con respecto al año anterior.

TABLA 6. IMPORTACIONES DE HORQUILLAS; RIZADORES, BIGUDIES Y ARTICULOS POR UCRANIA, EN MILES DE EUROS.

2014		2015		2016		2017		2018	
China	327,38	China	317,24	China	235,91	China	239,29	China	327,38
Turquía	118,05	España	60,90	Rusia	105,09	Rusia	120,72	Turquía	118,05



Lituania	81,66	Rusia	59,89	Polonia	67,55	España	85,89	Lituania	81,66
España	50,49	Polonia	48,28	España	61,62	Polonia	72,48	España	50,49
Rusia	23,02	Alemania	14,38	Corea del Sur	49,88	Alemania	27,22	Rusia	23,02
Polonia	20,72	Bélgica	8,22	Alemania	23,68	Turquía	18,88	Polonia	20,72
Alemania	17,58	Italia	6,81	Turquía	4,46	Bielorrusia	8,80	Alemania	17,58
TOTAL	638,90	TOTAL	515,72	TOTAL	548,19	TOTAL	573,28	TOTAL	638,90

Fuente: Mundiesticom

El mercado ucraniano de bisutería se caracteriza por la falta de información sobre los principales distribuidores de bisutería. Como se aprecia, la procedencia de la mayor parte de la bisutería es china. Normalmente, se compra a distribuidores chinos ubicados en Ucrania, o directamente, a través de páginas web de los propios importadores o distribuidores.

Por otro lado, se han detectado algunas tiendas de moda que disponen de una sección de bisutería, cuya procedencia es española, marcas como TERIA YABAR, TUSO Barcelona, etc.

Debido a la opacidad y a la falta de información de los principales distribuidores asiáticos ha sido imposible encontrar datos acerca de los mismos.

Demanda y precios de bisutería en Ucrania

En cuanto a la demanda de bisutería, Ucrania es un país cuyo consumo aparente ha disminuido después del año 2014, pero ha registrado un ligero crecimiento en el 2018. Sin embargo, las exportaciones continúan creciendo, a diferencia de las importaciones que siguen la tendencia de consumo en Ucrania.

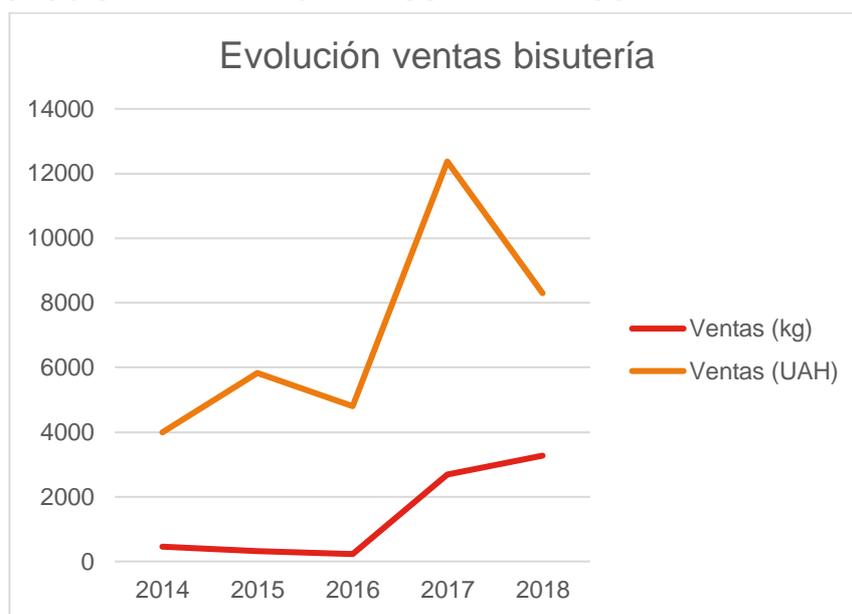
Esto se debe a que en el año 2014 el país sufrió una profunda crisis económica y financiera que afectó tanto al comercio como al poder adquisitivo de los ucranianos. Sin embargo, en los últimos años, en la economía ucraniana se aprecia una recuperación y el poder adquisitivo de las personas ha aumentado. En este período la moneda ha sufrido una fuerte volatilidad, pasando de 15,87 UAH/€ en 2014 a 35,96 UAH/€ en 2018, y manteniéndose en 26,86 UAH/€ a principios de 2020.

Ucrania es un país con una gran sensibilidad al precio debido a su situación económica. Los ucranianos buscan un mejor precio, por encima del material utilizado o la calidad. Sin embargo, los ucranianos tienen una mayor preocupación por su imagen y siguen las tendencias y modas actuales.

En las zonas limítrofes de las ciudades principales de Ucrania y también dentro de la capital, en las zonas más alejadas del centro, el poder adquisitivo es inferior y, por tanto, el precio desempeña un papel fundamental.

Teniendo en cuenta la sensibilidad al precio y el aumento de la importancia de este sector, resulta positivo este crecimiento de consumo, debido a que la bisutería es un complemento de creciente importancia de la moda actual, a un precio menor que la joyería. Las consecuencias se ven reflejadas en el aumento de la demanda de bisutería en el Gráfico 1 en los últimos años:

GRÁFICO 1 EVOLUCIÓN DE VENTAS DE BISUTERÍA EN UCRANIA.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio Estadístico Estatal de Ucrania

Distribución:

El canal mayorista ha disminuido en los últimos años, debido a la aparición del comercio online, donde se realizan contactos comerciales. Por tanto, la mayor atomización de los puntos de venta supone una mayor dificultad para los exportadores. Los principales puntos de venta son:

- a. Minoristas especializados:
 - a. Tiendas de bisutería.
 - b. Cadenas especializadas en accesorios.
 - c. Joyerías-relojerías tradicionales.
 - d. Venta online.
 - e. Venta telefónica.
 - f. Puestos en centros comerciales.

- b. Circuitos no especializados
 - a. Grandes superficies.
 - b. Tiendas de moda.
 - c. Catálogos tradicionales.



- d. Tiendas online no especializadas.
- e. Tienda regalo y souvenir.
- f. Mercados.

Finalmente, según el estudio llevado a cabo y a las consultas realizadas a personal dedicado a la venta de bisutería, se ha detectado la presencia de distribuidores de procedencia china con sedes en Ucrania, que son los principales distribuidores de bisutería, aunque no ha sido posible conseguir sus datos. Además, también se ha detectado que los productores locales de bisutería se enfocan en una bisutería más elaborada y artesanal.

1.2. Perspectiva del sector de la bisutería en Ucrania

En lo relativo al sector de la bisutería, la recuperación económica que se ha producido en Ucrania ha provocado un aumento de la demanda de este mercado. La bisutería se encuentra presente, sobre todo, en zonas donde el poder adquisitivo es bajo, es decir, en las zonas periféricas de las ciudades. De igual modo, se pueden encontrar comercios de bisutería en zonas céntricas, pero el precio aumenta considerablemente, igualándose en algunas ocasiones con el de la joyería.

Los consumidores ucranianos siguen considerando la bisutería como un sustitutivo asequible de la joyería. Este sector se fortalece en que satisface unas necesidades concretas a un precio bajo, además del crecimiento ocasionado por el uso de accesorios en las tendencias de moda de los últimos años.

Aunque la mayoría de los artículos que se comercializan en Ucrania sean de procedencia china, éstos siguen las tendencias y modas europeas. Sin embargo, su calidad es inferior a la de los procedentes de Europa. El principal motivo de su posición en ventas con respecto a los otros países es el bajo precio que ofrece.

Por otro lado, los productos provenientes de la Unión Europea están sometidos a una normativa que impone una serie de condiciones y calidad mínima para su venta. Por ello el precio es mayor.

La tendencia a la homogenización de la moda se debe al auge de cadenas como Inditex, H&M, Mango, etc., contagiando a los demás sectores relacionados, entre ellos la bisutería.

Finalmente, la venta online se ha posicionado como un elemento de importancia en los últimos años en el mercado de la bisutería, debido a la eliminación de intermediarios hasta el cliente final. Sin embargo, es importante mantener una buena imagen de la marca a través de este canal de ventas para tener éxito, ya que el mercado está muy saturado y es poco fiable.

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

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](#)

www.icex.es

