
2023



El mercado del textil hogar para equipamiento hotelero en Croacia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Zagreb

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

28 de febrero de 2023
Zagreb

Este estudio ha sido actualizado por
Montserrat Pérez

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

<http://croacia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-010-0



El sector del textil hogar se divide fundamentalmente en dos mercados, por un lado, el destinado a decorar los hogares y por otro el canal *contract* cuya demanda proviene de hoteles, restaurantes y centros comerciales. El presente estudio se va a centrar fundamentalmente en el sector textil hogar para el equipamiento hotelero. Este sector abarca las siguientes categorías de productos: tejidos de confección (ropa de cama, de mesa, de baño etc.); alfombras y moquetas y textil para tapicería y decoración. Atendiendo a las clasificaciones arancelarias, de ahora en adelante, nos referiremos a los tejidos de confección como “demás artículos textiles”.

Los productos del sector responden a exigencias tanto funcionales como decorativas, lo cual permite segmentar el mercado en varias tipologías. Asimismo, el precio, la practicidad, la calidad y sobre todo el diseño de los mismos se convierten en elementos determinantes para su adquisición.

Croacia cuenta con un sector textil de gran importancia histórica sobre el PIB, sin embargo, la actual producción nacional de textil hogar es bastante reducida debido principalmente a la falta de mano de obra y el elevado precio de las materias primas, por lo que es necesario recurrir a la importación para satisfacer las necesidades del mercado local. Algunas de las empresas del sector importan productos semi-terminados que acaban de confeccionar en el país. La producción nacional se caracteriza por ausencia de diseño, calidad media en los productos, y precios de gama media.

En el plano comercial, el saldo es negativo para Croacia, con un mayor volumen de importación que de exportación. En el sector de las importaciones de alfombras, el principal suministrador es Bélgica, con un valor total de 1,86 millones de euros y una cuota de mercado del 19,95 % en octubre de 2022, seguido por Alemania (13,92 %) y Polonia (8,11 %). España ocupa la 12ª posición en el ranking de países, con un valor de nuestras exportaciones de 2,51 millones de euros de enero a octubre de 2022. El subsector con mayor actividad económica dentro de esta categoría, es el de alfombras (excepto de pelo insertado y flocados) con el 31 % de las importaciones del país.

El principal suministrador de “demás artículos textiles” es Alemania con el 13,5 % del total de enero a octubre de 2022 y 13,4 millones de euros, seguido de China y Turquía, con productos baratos y de baja calidad (China 9,33 millones de euros y Turquía 8,74 millones de euros). España ocupa la 15ª posición con unas exportaciones de 1,39 millones de euros en el período mencionado (1,43 % del total). El principal subsector de la importación de enero a octubre de 2022 es el 63.02 (ropa de cama, de mesa) con el 40,1 % del total, seguido del 63.07 (demás artículos confeccionados) con el 23,1 %.

En lo que se refiere a la demanda turística, y después de la caída por la pandemia de 2020, los resultados del 2022 han sido mayores de los esperados en cuanto a llegada de turistas e ingresos en divisas. Prueba de ello es la llegada de 15,3 millones de turistas extranjeros al país durante el 2022, con un incremento del 44 % con respecto al 2021, no muy lejos del récord del 2019, con 17,3 millones de turistas extranjeros. Este sector es la principal fuente de entrada de divisas del país, con una participación en el PIB muy superior a la española (en el 2019, año récord, supuso el 24,4 % del PIB frente a unas cifras en España en torno al 13 %) y unos ingresos en el 2019 de 10.500



millones de euros. Con todo ello, es de esperar que siga creciendo el sector en Croacia impulsado además por la creciente oferta de líneas aéreas durante el verano y siempre en el marco de la competencia con los otros destinos turísticos del mediterráneo (Grecia, Italia, Francia, España y Turquía) y de la situación política y económica mundial.

El tipo de turismo más importante es el derivado del turismo de “sol y mar”, con una importante concentración hotelera en la costa adriática, una fuerte estacionalidad del turismo (fundamentalmente en los meses de verano) y una capacidad de camas en apartamentos privados cercano al 60 % frente al 15 % del sector hotelero. Con todo ello, el gobierno croata acaba de aprobar la Nueva Estrategia del Turismo 2030 con varios objetivos: prolongar la temporada turística con el desarrollo de otros tipos de turismo, (negocios, salud, cultural, rural, etc) y aumentar la capacidad de alojamiento (unas 2.000 camas para el 2026) fundamentalmente en hoteles de 5 estrellas que puedan competir con la oferta privada de particulares. A esto se le añaden los fondos del Plan de Recuperación, con 163 millones de euros, destinados a los mismos fines.

Todo ello supondrá nuevas remodelaciones y construcciones de hoteles e instalaciones turísticas y, por lo tanto, una mayor demanda para nuestros productos textiles.

En cuanto al precio, el textil hogar para el equipamiento hotelero está formado por productos de carácter industrial donde no existen precios fijos ni públicos. De hecho, tanto fabricantes como distribuidores se muestran reacios a compartir dicha información. No obstante, el precio variará en función del volumen del pedido y del poder negociador de cada parte. El margen del distribuidor suele situarse entre el 30 y el 40 %.

La percepción del producto español, como en otros sectores de la economía croata, es positiva. Los productos españoles se identifican como productos con calidad, al nivel de sus competidores alemanes o italianos. Los productos españoles de textil hogar, especialmente los englobados en “demás artículos textiles”, son altamente valorados tanto por su calidad como por su diseño por los importadores croatas y los clientes finales, por lo que se recomienda a las empresas españolas dirigirse a distribuidores orientados a segmentos medio y alto del sector hotelero.

En cuanto a los canales de distribución, la manera más común para poder llegar a un hotel como cliente final es a través de un distribuidor local. Para la empresa extranjera, un distribuidor es fundamental a la hora de introducirse y estar presente en el mercado croata, muy pocas son las que lo hacen de forma directa.

Es importante tener en cuenta que, en función del tipo de hotel (cadenas internacionales, regionales o pequeños hoteles) y del tipo de renovación (sólo un elemento, renovación parcial...) la forma de compra de equipamiento de textil hogar será de una manera u otra. Así, puede que se acuda directamente a un importador/distribuidor para casos puntuales o que se disponga previamente de un listado de suministradores con los que se trabaja habitualmente, especialmente en el caso de grandes cadenas internacionales.



No existe ninguna barrera propiamente dicha que impida el acceso al mercado, pero hay que tener en cuenta que, dada la distancia geográfica entre Croacia y España y el todavía escaso comercio entre ambos países, es importante considerar los aspectos y costes logísticos de las operaciones comerciales (plazo de entrega y coste del transporte).

Desde el 1 de enero de 2023, Croacia ha ingresado en la zona euro y en la zona Schengen, por lo que los intercambios comerciales se han facilitado y se ha eliminado la última frontera que existía entre Eslovenia y Croacia por vía terrestre.

En referencia a las perspectivas del sector, se espera que la consolidación de la oferta hotelera continúe, así como que las principales cadenas hoteleras que operan en Croacia (Plava Laguna, Valamar Hotels & Resorts, Maistra, Adriatic Luxury Hotels, etc) y las cadenas extranjeras (Hilton, Marriott, Hyatt, Bluesun y Aminess Hotels & Campsites, Grupo Brown Hotels, etc) sigan reinvertiendo sus beneficios en la mejora de sus instalaciones ya que también cuentan con programas de desarrollo, construcción y renovación de sus instalaciones que se están implementando desde finales de 2021.

Las **perspectivas** del sector son muy favorables: las previsiones para los próximos años muestran un aumento de la demanda en el sector del equipamiento hotelero y textil hogar, con importantes inversiones de las grandes empresas del sector relacionadas con la construcción y renovación de hoteles, alojamientos, campings y puertos deportivos. A todo ello, se le añade la reciente entrada en la zona euro y zona Schengen de Croacia, así como su posición geoestratégica como mercado clave para acceder a otros mercados de la región de los Balcanes.

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

