

Calzado en Emiratos Árabes Unidos

A. CIFRAS CLAVE

El sector del calzado en EAU está experimentando una ralentización económica acorde con la situación general de la economía emiratí y de la región. EAU es un mercado pequeño que, sin embargo, cuenta con enormes reservas de gas y petróleo, si bien estas están limitadas al emirato de Abu Dabi (capital del país). Por su parte, la economía de Dubái está muy diversificada en torno al sector inmobiliario, construcción, turismo, comercio, logística y finanzas. Desde 2016 se han producido una serie de hechos que han afectado negativamente a la economía del país en su conjunto: la tensión geopolítica de la región, la caída del precio del petróleo, el encarecimiento del dólar¹, así como, el descenso de turistas rusos, chinos y cataríes que solían realizar compras de lujo en el país. Sin embargo, la moda sigue ocupando un espacio muy importante en la economía del país, especialmente en Dubái, pues existen cada vez más grupos que intentan situar al país como uno de los referentes de moda del mundo.



EAU	
Población (millones)	9,5
Población masculina (>14 años)	65,26%
Población femenina (>14 años)	20,84%
Población infantil (<14 años)	13,8%
PIB anual 2018 (M USD)	414.179
PIB per cápita 2018 (USD)	43.000
Crecimiento del PIB 2018	1,4%
Valor del sector 2018 (M USD)	3.405
Crecimiento del sector 2018/2017	4,9%

¹La moneda de EAU es el dirham emiratí (AED), que está indexado al dólar americano (USD).

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del sector

El sector del calzado forma parte de la industria de bienes de consumo, concretamente se enmarca en la industria de la moda. El calzado cuenta con un capítulo arancelario propio, **64. Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos**. Para la presente ficha se tendrán en cuenta las siguientes partidas arancelarias:

- 64.01, 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.
- 64.02, Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
- 64.03, Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
- 64.04, Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil.

B.2. Tamaño del mercado

El sector del calzado en el canal *retail* en EAU creció un **4,9%** en 2018 con respecto al año anterior, superando los 3.405 millones de dólares (2.864 millones de euros) ese mismo año. Dicho aumento puede estar motivado por el incremento de precios que se ha producido desde la introducción en enero de 2018 de un IVA del 5%. Un ejemplo de esto último se obtiene del dato de unidades venidas: 23.962 millones en 2018, pues se observa que sólo se produce un crecimiento del 2,2% con respecto a 2017 (23.453 millones de unidades).

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE CALZADO EN RETAIL

Crecimiento respecto al año anterior en %

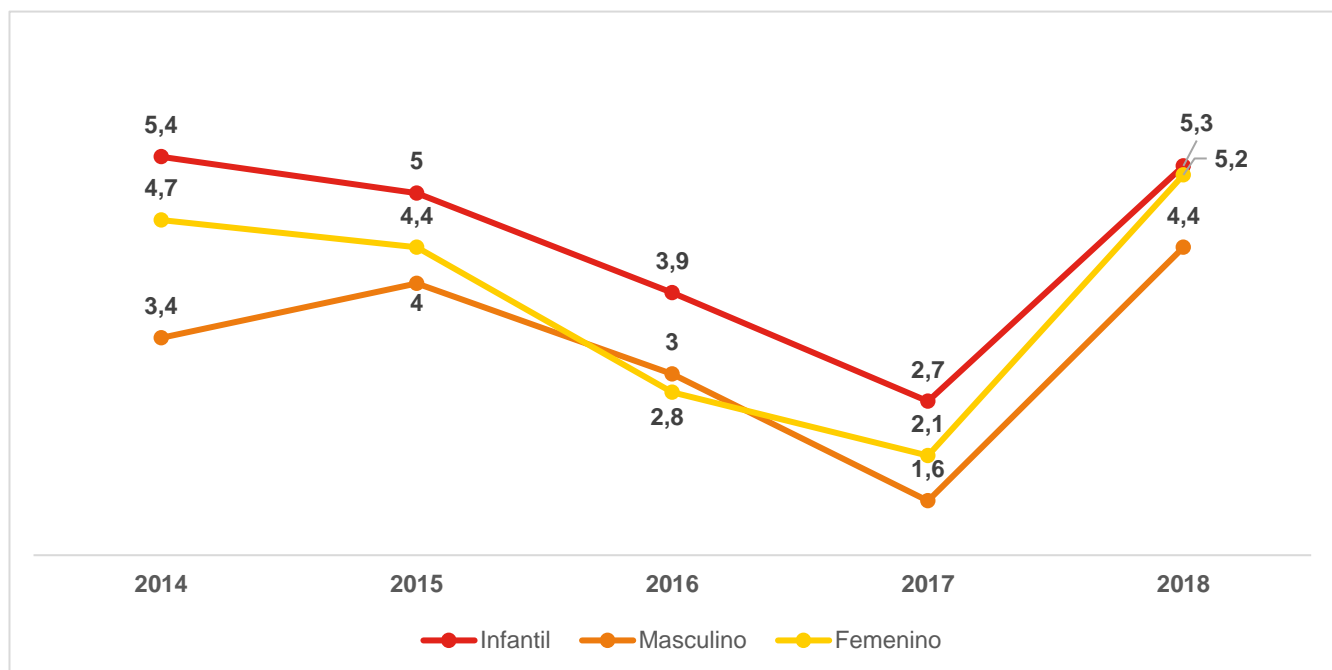


Fuente: *Footwear in the United Arab Emirates* – Datagraphics. Euromonitor, junio 2019.

Si se desglosa el sector del calzado en sus **distintas categorías**; calzado **infantil, femenino y masculino**, se observa que el **crecimiento es desigual**. El calzado masculino es el más importante en términos de valor de ventas, alcanzando en 2018 una cifra de 1.484 millones de dólares (1.248 millones de euros), seguido por el femenino con un total de 1.259 millones de dólares (1.059 millones de euros) y, por último, el calzado infantil con 664 millones de dólares (555 millones de euros). La preponderancia del calzado masculino se debe a que en EAU se da una mayor densidad de población masculina (más de un 65%). No obstante, si se toman los datos de crecimiento de las ventas en los últimos 5 años, se observa que **el calzado femenino es el que mayor crecimiento ha experimentado**. En cuanto al **calzado infantil, destaca que es el que mayor crecimiento experimentó en 2018**. Esto se debe a que existe un interés cada vez más creciente por la moda en todas las edades.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE LAS DISTINTAS CATEGORÍAS DEL CALZADO

Crecimiento respecto al año anterior en %



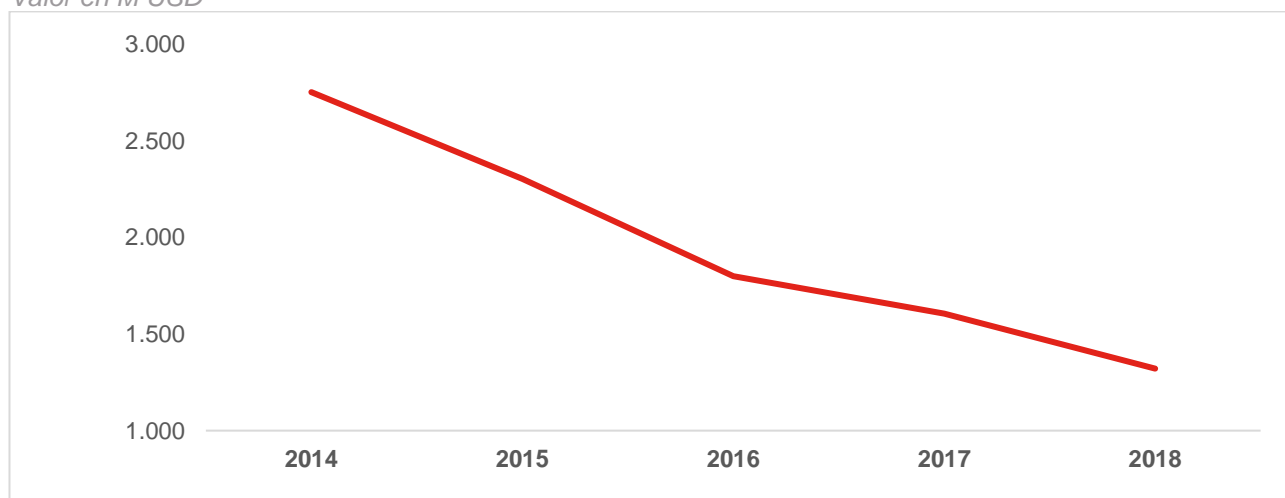
Fuente: Footwear in the United Arab Emirates – Datagraphics. Euromonitor, junio, 2019.

B.3. Importaciones

El sector del calzado en EAU se nutre principalmente de las importaciones. En 2018, EAU importó calzado por valor de más de **1.303 millones de dólares** (1.103 millones de euros). Debido a la reciente crisis que atraviesa el país, **el valor de las importaciones ha descendido considerablemente**. Si se cotejan las cifras actuales con las obtenidas en 2014, cuando las importaciones alcanzaron los 2.752 millones de dólares (2.071 millones de euros), se observa que se ha producido **un descenso del 47% en cinco años**. A continuación, se ofrece la evolución de las importaciones en el período 2014-2018:

EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES DEL CAPÍTULO 64 EN EAU, 2014-2018

Valor en M USD



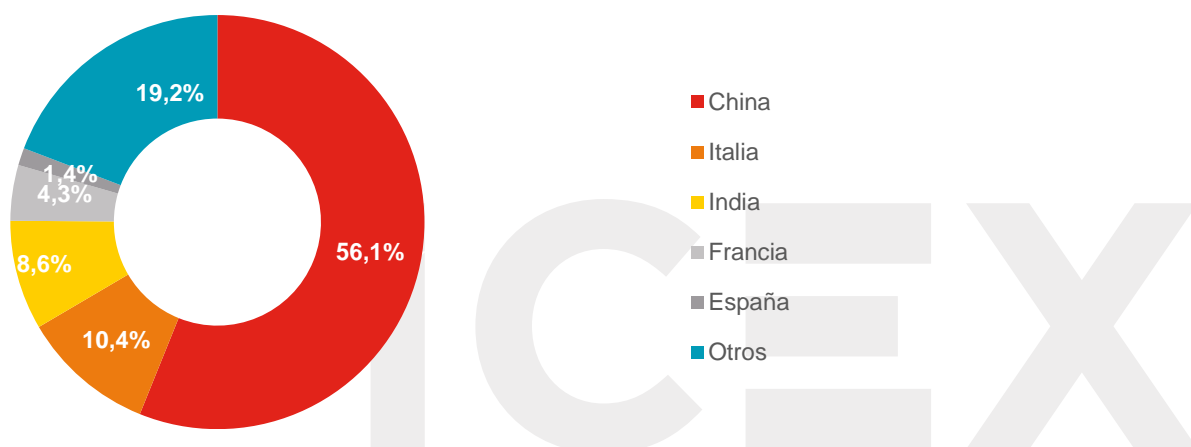
Fuente: Trademap, junio 2019.

Gran parte del calzado importado procede de **países asiáticos**. Los productos chinos, que cuenta con más de un 56% de la cuota de mercado, junto con los de origen indio (8,6%) presentan una calidad baja, carecen de marca y tienen precios muy competitivos. Este dato contrasta con la percepción de lujo que existe sobre el mercado de EAU, especialmente del emirato de Dubái. Se ha de tener en cuenta que **en torno a un 20% a 25% de la población cuenta con un poder adquisitivo medio-alto**. El grueso de la población lo conforman inmigrantes no cualificados cuyos ingresos se sitúan en un rango medio-bajo.

En cuanto a proveedores europeos, destaca **Italia**, segundo país exportador de calzado a EAU, aunque muy por detrás de China, con tan sólo un **10,4% de cuota de mercado**. El calzado italiano es muy valorado por parte del segmento medio-alto, pues ofrece marcas de renombre con calidad y diseños exclusivos. El público objetivo de este tipo de calzado suele ser la población local de EAU, expatriados de rentas media-alta y turistas. Por último, se observa que **España cuenta con un 1,4%** de cuota del mercado, situándose como 9º proveedor, por detrás de otros competidores europeos como Francia y Alemania.

ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DEL CAPÍTULO 64 EN EAU EN 2018

Cuota de mercado en %



Fuente: Trademap, junio 2019.

En cuanto al valor de las importaciones por país en el resto de partidas arancelarias, se observan los siguientes datos:

VALOR DE LAS IMPORTACIONES DEL CAPÍTULO 64.01 EN EAU EN 2018

País de origen	Valor en miles de USD	Cuota de mercado
TOTAL	8.324	100%
Singapur	2.878	35%
China	1.349	16%
Tailandia	1.186	14%
Italia	745	9%
Arabia Saudí	666	8%
Alemania	492	6%
India	269	3%
Hong Kong, China	100	1%
Países Bajos	82	1%
Francia	75	1%

Fuente: Trademap, junio 2019.

VALOR DE LAS IMPORTACIONES DEL CAPÍTULO 64.02 EN EAU EN 2018

País de origen	Valor en miles de USD	Cuota de mercado
TOTAL	509.453	100%
China	411.188	81%
India	32.588	6%
Tailandia	14.109	3%
Alemania	6.842	1%
Hong Kong, China	6.355	1%
Indonesia	5.348	1%
Brasil	5.171	1%
Malasia	4.502	1%
Italia	3.600	1%
Turquía	3.223	1%

Fuente: Trademap, junio 2019.

VALOR DE LAS IMPORTACIONES DEL CAPÍTULO 64.03 EN EAU EN 2018

País de origen	Valor en miles de USD	Cuota de mercado
TOTAL	416.571	100%
Italia	103.920	25%
China	96.602	23%
Francia	40.521	10%
India	37.253	9%
Hong Kong, China	21.647	5%
Indonesia	16.280	4%
Alemania	15.189	4%
España	11.752	3%
Tailandia	9.192	2%
Malasia	9.111	2%

Fuente: Trademap, junio 2019.

VALOR DE LAS IMPORTACIONES DEL CAPÍTULO 64.04 EN EAU EN 2018

País de origen	Valor en miles de USD	Cuota de mercado
TOTAL	318.245	100%
China	202.830	64%
Italia	24.857	8%
India	15.863	5%
Francia	12.910	4%
Hong Kong, China	11.958	4%
Indonesia	10.770	3%
Estados Unidos	5.781	2%
Países Bajos	4.874	2%
Reino Unido	3.849	1%
España	3.413	1%

Fuente: Trademap, junio 2019.

Las cifras anteriores demuestran que **China e India son los países que indiscutiblemente originan la mayor parte de las importaciones** de calzado de EAU. Sin embargo, cabe destacar que en la partida **64.03**, que engloba el calzado cuya parte superior es de cuero natural, **Italia se encuentra como primer país exportador** y se observa, además, una **mayor presencia de países europeos**. Esto es fruto de la calidad de los productos utilizados en la fabricación del calzado europeo, así como del diseño exclusivo que presentan las marcas italianas presentes en este mercado.

B.4. Segmentación

A continuación, se ofrece la segmentación del mercado del calzado en EAU basada en el precio de sus productos:

Bajo	Medio	Medio-Alto	Alto
Budget Calidad baja Confecciones asiáticas Grandes almacenes generalistas. Hipermercados: (Carrefour, Lulu's)	Moderate Calidad intermedia Fashion-oriented Tiendas multimarca, fast-fashion. H&M – Stradivarius – Shoe mart	Affordable luxury Calidad alta, tiendas especializadas en calzado, confecciones europeas. Tod's-Maje	Designer Gran calidad y diseño, creaciones exclusivas de diseñadores reconocidos internacionalmente. Chanel-Versace
	Better Calidad superior (introducción piel), diseños más cuidados. Aldo-Nine West	Bridge Colecciones de diseñadores reconocidos a precios más asequibles que Designer. Salvatore Ferragamo-Michael Kors	
	Sports footwear Marcas deportivas reconocidas, tiendas especializadas, enfocadas al athleisure Nike-Adidas		

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio ICEX *El mercado de la confección femenina en EAU 2017*.

Se puede observar que los productos que dominan el segmento medio-alto son productos de alta calidad y de procedencia europea, en su mayoría italiana. Dentro del propio sector medio, hay cierta diferenciación calidad-precio entre el *moderate* y el *better*, pues, aunque ambos se enmarquen en el *fast-fashion* y sean *fashion-oriented*, el primero es de menor calidad y, por tanto, a precios más económicos. Asimismo, se ha incluido un subsegmento de *Sports footwear* dadas las nuevas creaciones basadas en la tendencia *athleisure* (incorporar a entornos cotidianos, prendas de estilo deportivo).

El segmento bajo lo dominan grandes almacenes no especializados, como los hipermercados, donde los productos vendidos se fabrican en grandes volúmenes y suelen de baja calidad y sin marca.

B.5. Principales actores

El modo de entrada natural seguido hasta ahora por las marcas internacionales de moda y calzado era a través de *stand-alone stores* gracias a las **relaciones de franquiciado** entre los grandes grupos de *retail* locales y las marcas extranjeras. Gran parte de estos grupos están presentes en otros países del Golfo y de la región de Oriente Próximo y Norte de África. Por lo tanto, la marca internacional cuando se alía con estos grupos adquiere una presencia en toda la región con un único distribuidor.

Sin embargo, en el **sector del calzado existe una tendencia más hacia los espacios multimarca que en la moda textil**. Los espacios multimarca presentes en EAU se encuentran en formato de tienda especializada en calzado o en forma de *department store*. Dichos establecimientos van desde segmentos de lujo (*Level Shoes*), pasando por un segmento más inferior, pero manteniendo la calidad del producto (*Valencia Shoes*) y, finalmente, aquellos que, junto con los hipermercados, ofrecen producto para un público objetivo de nivel adquisitivo medio-bajo. De igual forma, dado el creciente interés por parte del consumidor residente en EAU por el comercio *online*, han aumentado la cantidad de calzado a la venta en *marketplaces* y/o plataformas de *e-commerce*.

Como se ha podido ver, los principales actores dentro del mercado del calzado han sido siempre los **grandes grupos de retail**, pues han adquirido en el mercado las marcas de reconocido prestigio que ya han sido probadas satisfactoriamente en Estados Unidos y países europeos.

A continuación, se indican aquellos grupos de *retail* que en 2018 obtuvieron una mayor cuota de mercado. Además, se ofrecen datos de su procedencia, marcas de calzado franquiciadas y espacios multimarca que tienen disponibles:

- **Apparel Group - EAU (14,5%)**
 - Marcas: Aldo, Dune, Call it Spring, Nine West, Skechers, Naturalizer, Charles & Keith, Birkenstock, etc.
 - **Espacios multimarca: Shoe Studio, Athlete's Co.**
 - Países: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, EAU, India, Indonesia, Jordania, Kuwait, Omán, Polonia, Singapur, Sudáfrica.
- **Landmark Group - EAU (11,6%)**
 - Marcas: Lee Cooper, Pablosky, Reebok, Ecco, Steve Madden, Kurt Geiger, Aerosoles, Carpisa, etc.
 - **Espacios multimarca: Shoe mart, Centrepoint, Valencia Shoes.**
 - Países: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, Egipto, EAU, India, Jordania, Kenia, Kuwait, Líbano, Libia, Malasia, Nigeria Omán, Pakistán, Sri Lanka, Tailandia, Tanzania, Turquía, Yemen, Zambia.
- **Jashanmal Group - EAU (1,5%)**
 - Marcas: Clarks, Salvatore Ferragamo
 - **Espacios multimarca: Jashanmal Department.**
 - Países: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, Egipto, EAU, India, Jordania, Kenia, Kuwait, Líbano, Libia, Malasia, Nigeria Omán, Pakistán, Sri Lanka, Tailandia, Tanzania, Turquía, Yemen, Zambia.
- **Azadea Group - Líbano (1,2%)**
 - Marcas: Zara, Bershka, Massimo Dutti, Pull&Bear, Mango.
 - **Espacios multimarca: Deichmann.**
 - Países: Arabia Saudí, Argelia, Bahréin, Catar, Chipre, Egipto, EAU, Gana, Iraq, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán.



- **Chalhoub Group - EAU (1,0%)**
 - Marcas: Louis Vuitton, Loewe, Carolina Herrera, Michael Kors y Geox.
 - **Espacios multimarca: Level Shoes, Tryano,**
 - Países: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, Egipto, EAU, India, Jordania, Kuwait, Líbano, Libia, Malasia, Omán, Pakistán, Tailandia, Turquía, Yemen, Zambia.
- **M H Alshaya Co - EAU (0,7%)**
 - Marcas: Foot Locker, H&M, Next y Milano (marca propia).
 - **Espacios multimarca: Payless Shoesource, Debenhams**
 - Países: Arabia Saudí, Azerbaiyán, Bahréin, Catar, Egipto, EAU, Iraq, Jordania, Kazajistán, Kuwait, Líbano, Marruecos, Omán, Polonia, República Checa, Rusia, Turquía.
- **Al Tayer - EAU (0,3%)**
 - Marcas: Stella McCartney, Armani, Dolce & Gabbana.
 - **Espacios multimarca: Harvey Nichols, Bloomingdales.**
 - Países: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, EAU, Kuwait, Omán.
- **Al Futtaim Group - EAU (0,2%)**
 - Marcas: Guess, Maje.
 - **Espacios multimarca: Robinsons, Marks & Spencer.**
 - Países: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, Egipto, EAU, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Jordania, Kuwait, Líbano, Malasia, Omán, Singapur, Tailandia, Vietnam.

Aparte de estos grupos empresariales, hay dos marcas deportivas que condensan parte de la cuota del mercado del calzado. Es el caso de **Adidas con un 5,6%** y **Nike con un 5,4%**. Esto se debe a que ambas marcas tienen gran popularidad entre la clientela masculina. Asimismo, ambas compañías han contado siempre con una posición muy fuerte en EAU, gracias a la consolidación de su marca y a su distribución por toda la región.

Las marcas más vendidas durante 2018 en cada una de las categorías que componen el sector del calzado fueron las siguientes:

- En el calzado **masculino**, las marcas con mayor mercado fueron Aldo (Apparel Group), Nike y Shoe mart (Landmark).
- En el calzado **femenino**, las marcas que más interés generaron en 2018 fueron Aldo, Nine West (Apparel Group) y Shoe mart.
- En el calzado **infantil**, las marcas que más ventas alcanzaron fueron Shoe mart, Adidas Kids, y Nike.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Las marcas españolas de calzado más reconocibles en EAU, así como en el conjunto de países del CCG, son aquellas cuyo negocio principal es la moda textil. Las que cuentan con la mayor cuota de mercado en la categoría de calzado masculino y femenino son **Mango y las pertenecientes al Grupo Inditex**. Desde 2014, ambos grupos cuentan con un 0,4% de cuota de mercado. En la categoría infantil, la marca española de calzado con mayor cuota es **Pablosky** (1,3% de cuota). Existen otras marcas presentes en el país, pero que el público no suele asociarlas como marcas españolas, como, por ejemplo: **Loewe, Springfield o Sfera**. Como se puede observar, por lo general, las marcas de calzado españolas más conocidas en el mercado de EAU pertenecen a grupos de *retail* de *fast fashion* pertenecientes a un segmento medio. A excepción de Loewe, cuyo calzado se fabrica en España y que, por tanto, se encuentra en un segmento medio-alto, compitiendo con marcas como Michael Kors y Hermès, entre otras, hoy hay pocas marcas de calzado españolas en formato franquicia. La más importante es Pablosky.



Fuente: Elaboración propia.

Centrado en un segmento medio-alto, el calzado español goza de una buena percepción tanto entre el público general como entre las empresas locales. En concreto, se considera que ofrece una buena calidad y diseños exclusivos a precios mucho más bajos que sus competidores europeos. En los espacios multimarca que conforman el mercado emiratí, se pueden encontrar marcas españolas de gama media-alta con cierto reconocimiento en el panorama internacional. Algunos ejemplos de estas marcas son: Pedro García, Mercedes Castillo, Castell, Castañer, Calce, Chie Mihara, entre otras.



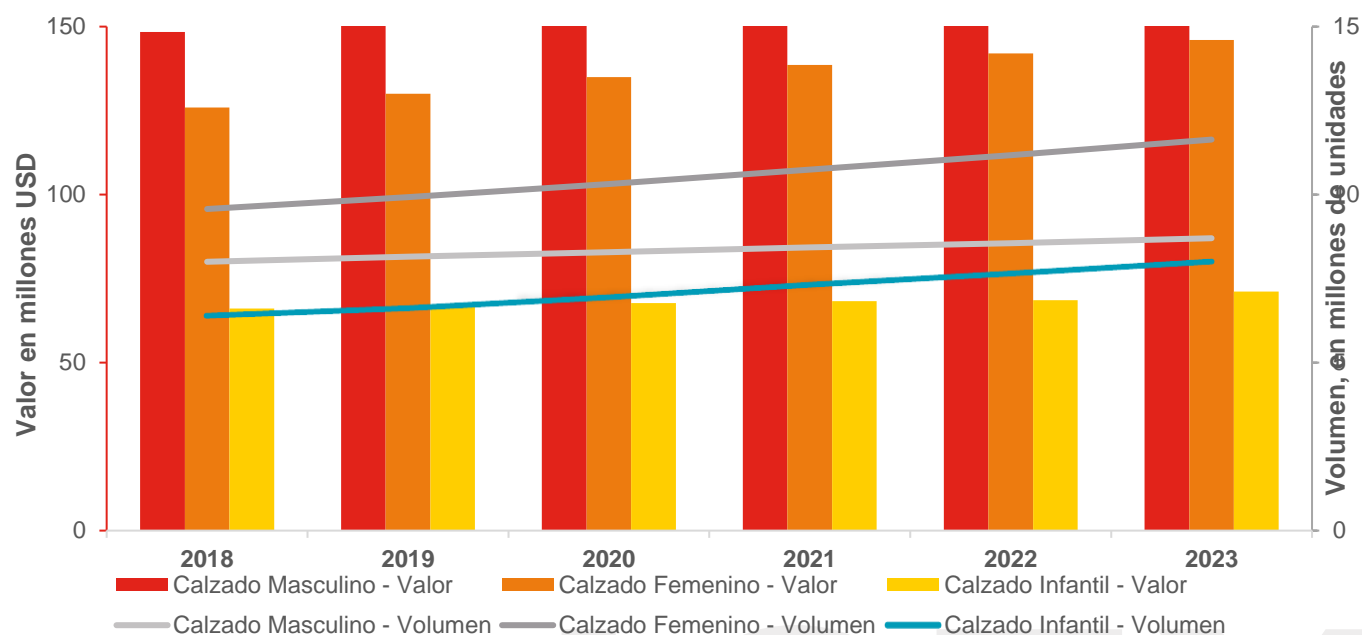
Fuente: Elaboración propia.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

- Debido a la desaceleración económica que vive el país, los consumidores prefieren esperar a comprar durante los periodos de ofertas y rebajas: Dubai Shopping Festival, Dubai Summer Surprises, Ramadán, etc. Esto ha provocado que los grupos de *retail* aumenten los periodos de **rebajas** y ofrezcan descuentos cada vez mayores en todas sus marcas de moda.
- A pesar del descenso del poder adquisitivo, para el consumidor de **renta media-alta** sigue primando el calzado de calidad de **marcas reconocidas** internacionalmente.
- Se aprecia un mayor interés por parte de los consumidores, especialmente mujeres, de un calzado que proporcione **comodidad**. A todo ello se le suma la tendencia deportiva del *athleisure*, que consiste en incorporar en entornos cotidianos (trabajo, universidad, compras), prendas de estilo deportivo. Esta tendencia se espera que siga creciendo en EAU.
- La venta de gran parte del calzado se realiza a través de las **tiendas multimarca** anteriormente mencionadas. No obstante, dado el elevado coste que supone el suelo comercial en Dubái y la desaceleración económica que atraviesa el país, los grupos empresariales de la zona han comenzado a proyectar y abrir nuevos espacios multimarca o *department stores* que concentren un mayor número de marcas internacionales de distintos sectores. Actualmente, algunos grupos inmobiliarios locales como son Emaar Properties, Nakheel o Dubai Holding Group están diversificado el entorno del *retail* lanzando nuevos conceptos de *department stores*. El aumento por el interés en espacios multimarca supone una gran oportunidad para las marcas españolas de calzado de una calidad media-alta y que, todavía, no tengan un alto reconocimiento en el mercado internacional.
- De acuerdo con los datos que ofrece la plataforma Euromonitor, se espera una mejora generalizada en el sector del calzado para los próximos 5 años. El calzado masculino es el que mayor crecimiento en términos de valor experimentará, aunque si se obtienen datos de unidades vendidas, se prevé un mayor crecimiento para la categoría femenina. No se puede obviar el crecimiento que vivió el calzado infantil durante el ejercicio anterior, ya que se espera una tendencia similar para los próximos años, por lo que puede suponer una gran oportunidad para las marcas de moda infantil de España.

PREVISIÓN DE VENTAS DE CALZADO EN RETAIL POR CATEGORIAS (2018-2023)

Valor en millones de USD (izquierda), volumen en millones de unidades (derecha)



Fuente: *Footwear in the United Arab Emirates* – Datagraphics. Euromonitor, junio 2019.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Para poder importar cualquier producto a EAU es necesario contar con **una licencia de importación, cuya obtención está restringida por nacionalidad**, pues sólo se otorgan a nacionales de EAU y a aquellas empresas que sean propiedad de nacionales de EAU en, al menos, un 51%. A continuación, se detallan las principales formas de entrada en EAU para el sector del calzado:

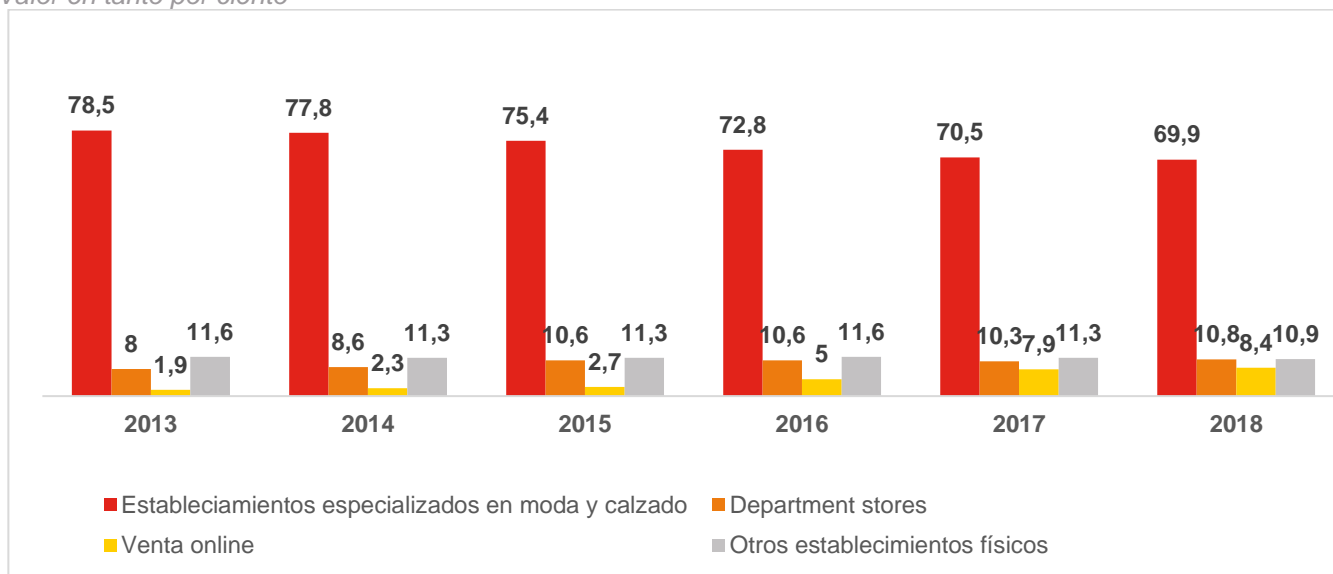
- **Franquicia:** Como se ha adelantado en puntos anteriores, se trata de la forma de entrada más común para los productos de moda y calzado. Este tipo de establecimiento está enfocado especialmente a aquellas marcas con cierto reconocimiento internacional y que ya cuenten con tiendas monomarca en otros países. Los grandes grupos de *retail* locales son los demandantes de esta forma de entrada.
- **Distribuidor:** Este es otra de los formatos de entrada al mercado de EAU y que se hace bajo el amparo de los mismos grupos de *retail* anteriormente mencionados. Consiste en vender los productos de la marca internacional en los espacios multimarca, tanto físicos como *online*, de los que disponga el grupo. Se recomienda a aquellas empresas que vayan a iniciar un contrato de distribución, que consulten la **Guía de Negocios de EAU de 2019** para entender las diferencias entre los contratos regidos por la Commercial Agency Law y aquellos bajo la Commercial Transaction Law.
- **Joint Venture:** Esta opción está empezando a crecer en EAU como alternativa a las franquicias, ya que estas buscan reducir sus costes y que aumente la responsabilidad de la empresa extranjera. Este formato supone, por tanto, mayor inversión e implicación por parte de la empresa extranjera, aumentando así el riesgo de entrada.

En 2018, el 91,6% de las marcas de calzado que vendieron en EAU lo hicieron a través de establecimientos físicos que, en su gran mayoría, están situados en centros comerciales. Cabe destacar la importancia que tienen los centros comerciales en el país, pues están concebidos no sólo como lugar de consumo, sino también de ocio en el que tanto turistas como residentes pasan gran parte del tiempo. De ese 91,6% que representa la venta física

del calzado en EAU, el 56,7% corresponde a la venta que se realiza a través de tiendas especializadas en moda y calzado (dicha cifra incluye los espacios multimarca anteriormente vistos). **Sólo un 10,8% se realiza a través de department stores.** No obstante, estos espacios han crecido en los últimos 5 años casi 3 puntos porcentuales.

CUOTAS DE DISTRIBUCIÓN DEL CALZADO EN EAU POR CANALES (2013-2018)

Valor en tanto por ciento



Fuente: *Footwear in the United Arab Emirates* – Datagraphics. Euromonitor, junio, 2019.

Como se observa en el gráfico anterior, la cuota de mercado de calzado vendido en tiendas físicas ha descendido en los últimos años, hasta un 6,6%, dando paso al **comercio online**. Aunque siempre ha existido una mayor tendencia a la venta física en EAU, se está viviendo una **gran diversificación hacia el comercio online**. La aparición de Amazon.ae y la adquisición por parte de grupos empresariales locales de reconocidos *marketplaces* como Noon.com y Namshi.com, son prueba de la importancia que está tomando el comercio *online* en EAU.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

- **Licencia de importación:** necesaria para efectuar el despacho de aduana e introducir los productos en EAU. Tal y como se ha mencionado, esta licencia está restringida por nacionalidad.
- **Aranceles:** la Unión Aduanera del CCG, de la que forma parte EAU, tiene establecido un arancel del 5% *ad valorem* sobre el valor CIF de las importaciones.
- **Impuestos:** desde enero de 2018 ha entrado en vigor un IVA del 5% que afecta a todos los productos del sector del calzado.
- **Etiquetado:** es obligatorio que incluya el país de origen y la talla de la prenda. Debe estar en árabe o árabe e inglés.

E.3. Ferias

No existen ferias profesionales relevantes en el sector. Las pocas que existen en la región están orientadas a particulares principalmente y más como eventos sociales que comerciales.

Tradicionalmente, los grupos locales de *retail* han sido los que se han aproximado a marcas de reconocido prestigio que ya han sido probadas satisfactoriamente en las principales capitales internacionales de la moda. Por esa razón, dichos grupos visitan las grandes ferias de calzado como, por ejemplo, la feria MICAM en Milán, entre otras.



F. INFORMACIÓN ADICIONAL

➤ Principales publicaciones del sector en inglés

- *Vogue Arabia*: <https://en.vogue.me/>
- *Harper's Bazaar Arabia*: <https://www.harpersbazaararabia.com/>
- *Emirates Woman*: <https://emirateswoman.com/>

➤ Documentos ICEX

- Ficha sector. [*Moda Infantil en Emiratos Árabes Unidos 2018*](#).
- [*Informe E-País. Emiratos Árabes Unidos 2017*](#).
- Estudio de Mercado. [*El mercado de la confección femenina en Emiratos Árabes Unidos 2017*](#).
- [*Guía de Negocios. Emiratos Árabes Unidos 2019*](#). Elaborado por la Ofecomes de Dubái.

icex

G. CONTACTO

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

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas entre otros: el acceso al mercado de EAU, 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:

Emirates Towers, Level 26
Dubái, 504929 – Emiratos Árabes Unidos
Teléfono: +971 4 330 0110
Email: dubai@comercio.mineco.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
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

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.

AUTORA
Ainhoa Santana Manresa

Oficina Económica y Comercial
de España en Dubái
dubai@comercio.mineco.es
Fecha: 25/09/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es



FICHAS SECTOR EAU



ICEX España
Exportación
e Inversiones