

# PERFIL DE MERCADO SOBRE HILADOS, TEXTILES Y TEJIDOS DE LANA

Elaborado por la Sección Comercial de la Embajada Argentina en Polonia.  
Octubre de 2009



## 1) POSICIÓN ARANCELARIA (Nomenclador Mercosur)

- 5101 .1 Lana sucia incluida lavada en vivo
- 5101.11 Lana esquilada
- 5102 Pelo fino u ordinario sin cardar ni peinar
- 5105 Lana y pelo fino u ordinario cardados o peinados (incluida la "lana peinada a granel")
- 5106 Hilados de lana cardada sin adicionar para la venta al por menor
- 5106.10 Con un contenido de lana superior o igual al 85% en peso
- 5112 Tejidos de lana peinada o pelo fino peinado

## 2) DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO (Nomenclador TARIC-UE)

- 5101 Lana sin cardar ni peinar
  - 5101 11 Lana sucia, incluida la lavada en vivo
    - 5101 11 Lana esquilada
    - 5101 19 Las demás
  - 5101 21 Desgrasada, sin carbonizar
    - 5101 21 Lana esquilada
    - 5101 29 Las demás
  
- 5105 Lana y pelo fino u ordinario, cardados o peinados, incluida la "lana peinada a granel"

- 5105 10 Lana cardada
- 5105 21 Lana peinada
  - 5105 21 "Lana peinada a granel"
  - 5105 29 Las demás

5106 Hilados de lana cardada sin acondicionar para la venta al por menor

- 5106 10 Con un contenido de lana superior o igual al 85 % en peso
- 5106 20 Con un contenido de lana inferior al 85 % en peso

5112 Tejidos de lana peinada o pelo fino peinado

- 5112 11 Con un contenido de lana o pelo fino superior o igual al 85% en peso
  - 5112 11 De peso inferior o igual a 200 g/m<sup>2</sup>
  - 5112 19 Los demás
- 5112 20 Los demás, mezclados exclusiva o principalmente con filamentos sintéticos o artificiales
- 5112 30 Los demás, mezclados exclusiva o principalmente con fibras sintéticas o artificiales discontinuas
- 5112 90 Los demás

### **3) SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO**

El desarrollo de la industria textil en el territorio polaco tuvo lugar ya en el siglo XIX, y durante todo el siglo XX Polonia fue una potencia mundial en este rubro.

La industria textil es rentable sólo si la escala de producción es grande y si la mano de obra que utiliza es barata. Al mismo tiempo, es un tipo de industria que no necesita de una mano de obra altamente calificada. Por eso, las fábricas textiles se localizaban sobre todo en regiones y ciudades donde existía una industria pesada que daba empleo a numerosos hombres y donde se creaban grandes excedentes de fuerza de trabajo femenina. Un ejemplo típico es la ciudad polaca de Lodz, con tradiciones de la industria textil que datan de los comienzos del siglo XIX.

En cambio, la facilidad de abastecimiento en materias primas para la producción no influía sobre la localización de las plantas productivas en Polonia puesto que -excepto el lino- las demás materias textiles naturales (algodón, lana, cañamo, yute) provenían y provienen de la importación. En cuanto a la lana, la producción nacional es altamente insuficiente y Polonia es un importador tradicional de este insumo. En contraste, Polonia cuenta hasta el día de hoy con una producción abundante de fibras y telas sintéticas, iniciada y desarrollada en la segunda mitad del siglo XX.

El presente informe se centra sobre el pelo e hilos de lana del capítulo 51 del nomenclador, puesto que son las únicas materias primas textiles que Polonia importa, aunque en cantidades reducidas, desde Argentina. Argentina tiene que competir en este rubro con proveedores de China y Australia, pero, puesto que persiste una demanda constante por parte de la industria polaca, siguen existiendo posibilidades de colocar este producto en este mercado.

En los productos de los capítulos 50 (seda), 52 (algodón), 53 (demás textiles vegetales), 54 (filamentos sintéticos y artificiales), 55 (fibras sintéticas), no se han presentado en los últimos años importaciones desde Argentina estadísticamente registrables.

**\* Localización y especificación de la industria textil en Polonia:**

- 1) Región de Lodz –Lodz, Zgierz, Tomaszow Mazowiecki, Pabianice, Zdunska Wola, Piotrkow Trybunalski– se especializan en la producción de telas de lana, de algodón y de seda, así como en la confección de ropa, vestidos, medias y tejidos de punto.
- 2) Región de Sudety -Bielawa, Kamienna Gora, Dzierzoniow, Gluszyca, Kowary, Luban, Kudowa, Walbrzych– se especializa en la producción de telas de algodón y de lino y en la producción de tapices y tejidos de punto.
- 3) Región de Bielsko-Biala –Bielsko-Biala, Andrychow, Kety– se especializa en la producción de telas de lana y algodón.
- 4) Región de Bialystok –Bialystok, Zambrow, Lomza– producción de telas de algodón.
- 5) Ciudades de Toruń, Czestochowa, Zawiercie: industria del algodón.
- 6) Ciudades de Czestochowa, Tomaszow Mazowiecki, Opoczno, Myszkow, Toruń, Zielona Góra: industria de la lana.
- 7) Ciudades de Poznań, Szczecin, Legnica, Wroclaw, Bydgoszcz, Torun, Bytom, Warszawa, Elblag, Rzeszow: confección de ropa y vestidos.
- 8) Ciudades de Bilgoraj, Jaroslaw, Jedrzejow, Siedlce, Lowicz, Stargard Szczecinski, Plock: tejidos de punto, medias, indumentaria diversa.
- 9) Toruń, Kalisz, Szczecin, Gorzów Wielkopolski: producción de fibras sintéticas y telas de fibras sintéticas.

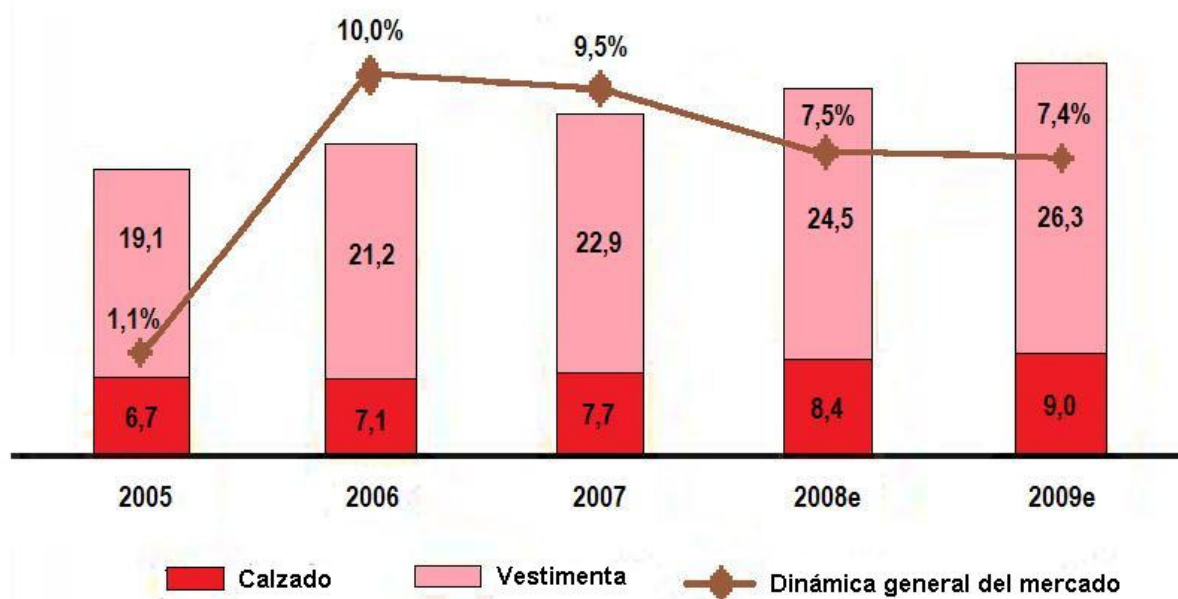


En la época socialista y hasta el año 1990, la industria textil polaca empleaba más de 1.300.000 personas en grandes plantas estatales y era uno de los pilares de la economía nacional. La transición económica trajo el cierre de numerosas fábricas estatales, equipadas con maquinaria vieja y de producciones obsoletas, alejadas de las tendencias mundiales. Al mismo tiempo, aparecieron muchos talleres privados que empezaron a proveer el mercado de textiles, ropa y vestidos conformes con la moda. Numerosas fábricas polacas confeccionaban y cosían en el sistema de “marcas blancas” para marcas reconocidas de los países de la Unión Europea, aprovechando la mano de obra barata y capacitada existente en el país.

En 2001, el sector –entre privado y estatal– empleaba un millón de personas. Actualmente este número disminuyó a 700 mil. El sector sigue siendo importante, pero en los últimos diez años la participación de la industria textil en la producción industrial total de Polonia bajó a un 2%. La producción textil se desplazó a Asia, sobre todo a China, que ofrecía mejores condiciones, mientras que los costos de la mano de obra en Polonia crecieron, sobre todo después del ingreso a la Unión Europea.

El siguiente cuadro, elaborado en 2007, muestra el valor (en miles de millones de zlotys) y la dinámica del mercado de vestimenta y zapatos en Polonia entre los años 2005 y 2009. Los datos de 2008 y 2009 son estimaciones.

**Valor (en miles de millones de zlotys) y dinámica (%) del mercado polaco de calzado y vestimenta 2005-2009**



Se puede concluir que mientras los años 2005 a 2007 fueron una época de oro para el mercado polaco textil -con un crecimiento anual entre 8 y 10% y un valor anual de unos 5 mil millones de dólares- las estimaciones para 2008 y 2009 no se cumplieron.

La caída de las exportaciones, poco atractivas en los mercados mundiales, la pérdida de los mercados del Este y la competencia de productos baratos provenientes de la importación desde Asia Oriental (sobre todo desde China) produjeron una crisis que se está agravando. Numerosas fábricas y empresas, inclusive con largas tradiciones, quebraron y tuvieron que cerrar. Disminuyó la producción nacional de fibras, telas, ropa interior, medias, tapices y ropa en general.

La crisis mundial de los años 2008 y 2009 agravó la situación de la industria textil polaca. La producción de tejidos disminuyó en 80%. Algunas fuentes (p.ej. la Asociación de Empresarios Polacos Productores de Telas y Ropa) indican que la tercera parte de las empresas del sector no sobrevivirán hasta el próximo año. El sector de la vestimenta es especialmente vulnerable a las consecuencias de la crisis. Si disminuyen los ingresos, los clientes siempre pueden aplazar la compra hasta la próxima temporada o comprar ropa usada. Son amenazadas sobre todo pequeñas empresas que no disponen de liquidez que les permita esperar hasta que la situación se normalice. Los bancos limitan la concesión de créditos, lo que crea problemas para conseguir financiación. Al mismo tiempo, el aumento de los precios de la energía y de los comestibles forzó a los consumidores a reorganizar sus presupuestos, disminuyendo las compras de la ropa.

Según Atradius --organismo que evalúa el riesgo de las inversiones-- los gastos de mantenimiento de la casa y del automóvil, que son de alta prioridad, obligan a aplazar en el tiempo gastos no prioritarios, como la adquisición de indumentaria.

Los analistas concuerdan en la opinión crítica sobre las perspectivas del sector polaco de la vestimenta. La principal amenaza es y seguirá siendo la competencia agresiva de la producción proveniente de China y otros países asiáticos. Esto se refiere tanto a las ventas en el mercado polaco, como en otros mercados europeos. La demanda p.ej. en Alemania disminuye, lo que tiene una influencia directa sobre la condición económica de los productores polacos que exportaban una gran parte de su producción a otros países de la UE, generalmente en forma de marcas blancas.

Probablemente, cuando termine la crisis en el mercado queden menos empresas, pero fortalecidas. Estas tendrán la posibilidad de desarrollar sus redes de distribución o invertir en el desarrollo tecnológico. Hay que observar que lo que “quedó” de la industria textil polaca elabora productos de calidad relativamente alta, sobre todo en comparación con la producción asiática. El Instituto de Fibras Químicas de Lodz o el Instituto de la Ingeniería de Materias Primas Textiles patentan e implementan materiales de nueva tecnología, antialérgicos y para usos especiales, p.ej. ropa de cama de lana con propiedades antireumáticas.

## **4) COSTO DE NACIONALIZACIÓN**

### ***a) Lineamientos generales***

La Comisión Europea publica anualmente una Tarifa Unificada de las Comunidades Europeas – TARIC – que es utilizada por la Comisión y los Estados miembros para aplicar las medidas comunitarias relativas a importaciones y exportaciones. El TARIC constituye, por lo tanto, la base para determinar tarifas arancelarias en el movimiento comercial entre la UE y los países extracomunitarios, así como otras cuestiones relacionadas con este movimiento. Los datos recogidos en el TARIC pueden estar sujetos a modificación en el curso del año.

El TARIC está basado en la Nomenclatura Combinada (NC), en la que aproximadamente 10.000 posiciones, discriminadas a ocho cifras, constituyen la base para el arancel aduanero común. A fin de asegurar una presentación y aplicación uniformes de la

legislación comunitaria, el TARIC contiene, además, datos referentes a suspensiones arancelarias, cuotas, preferencias arancelarias (comprendidas las sometidas a una cuota o límite), sistema de preferencias generalizadas aplicables a los países en vías de desarrollo (SGP), derechos antidumping y derechos compensatorios, importes compensatorios, elementos agrícolas, valores unitarios, precios de referencia y precios mínimos, prohibiciones a la importación, restricciones a la importación, y, además, medidas de exportación.

Teniendo en cuenta los frecuentes cambios que se operan en la legislación comunitaria, el TARIC se encuentra en una base de datos que se actualiza continuamente. Desde el año 2000, esa base de datos está disponible en el servidor Europa de la Comisión y su uso es gratuito. Uno de los idiomas de consulta es el español, y su dirección es:

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds/tarhome\\_es.htm](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm)

La Unión Europea incorporó a la República Argentina al sistema de preferencias arancelarias SGPL. Esto significa que, a partir del 1° de mayo de 2004, Polonia, en su carácter de miembro de la Unión Europea, aplica tasas arancelarias preferenciales a bienes importados desde la Argentina.

***b) Tasas arancelarias***

**5101 21 Desgrasada, sin carbonizar. Lana esquilada**

**Sin restricción**

**Derecho terceros países: 0%**

**5101 19 Desgrasada, sin carbonizar. Las demás**

**Sin restricción**

**Derecho terceros países: 0%**

**5105 29 Lana peinada. Las demás**

**Sin restricción**

**Derecho terceros países: 2,00%**

**5106 10 Hilados de lana cardada sin acondicionar para la venta al por menor. Con un contenido de lana superior o igual al 85% en peso**

**Sin restricción**

**Derecho terceros países: 3,80%**

**Contingente arancelario no preferencial: 0%**

**Preferencias arancelarias (SPGL): 3,00%**

**5112 11 Tejidos de lana peinada o pelo fino peinado. Con un contenido de lana o pelo fino superior o igual al 85% en peso**

**Sin restricción**

**Derecho terceros países: 8,00%**

**Contingente arancelario no preferencial: 0%**

**Preferencias arancelarias (SPGL): 6,40%**

**5112 19 Los demás**

**Sin restricción**

**Derecho terceros países: 8,00%**  
**Contingente arancelario no preferencial: 0%**  
**Preferencias arancelarias (SPGL): 6,40%**

### ***c) Impuestos internos***

Las tasas de impuestos internos son determinadas separadamente por cada país miembro de la Unión Europea. La norma local vigente es la “Ley sobre el impuesto a bienes y servicios del 11 de marzo de 2004”, publicada en el Diario Oficial no. 54, del 5 de abril de 2004, pos. 535, con modificaciones posteriores. Los gravámenes internos polacos son el IVA (llamado VAT) y la “Accisa” (“excise”) o impuesto de sello fiscal sobre bienes suntuarios o controlados.

La tasa básica del IVA en Polonia es del 22%; la tasa reducida –aplicada a alimentos elaborados- del 7% y, finalmente, los alimentos no procesados tributan un 3% de IVA.

La tasa que erogaría el importador para todos los bienes de las partidas arriba mencionadas, pertenecientes al capítulo 51 del Taric, es del 22%.

## **5) RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS**

No existen

## **6) DOCUMENTOS EXIGIDOS EN ADUANA**

En el caso de operaciones comerciales con terceros países (países extracomunitarios), a los fines de completar el despacho aduanero fronterizo, el exportador extranjero deberá suministrar al importador una factura de exportación conforme con el siguiente detalle:

- Datos completos del exportador
- Datos completos del importador
- Número de la factura
- Fecha de la factura
- País de origen de la mercadería (esencial para el cálculo del arancel de aduana)
- Condiciones de entrega según Incoterms 1990 (p.ej. CIF Gdynia)
- Cantidad de cada ítem detallado en la factura
- Descripción detallada de la mercadería
- Valor unitario
- Valor de cada ítem y de la totalidad de la factura
- Divisa (p.ej. USD, EUR, etc.)
- Peso neto o bruto
- Sello y firma del exportador.



La factura debe ser legible y no puede contener tachaduras. Los datos de la factura deben coincidir con los del conocimiento de embarque.

A la factura comercial (original o copia facsímil), se le debe adosar el conocimiento de embarque (original) o guía aérea (original).

Finalmente, a los efectos del Sistema General de Preferencias, el exportador debe suministrar al importador, en original, un Certificado de Origen (“Formulario A”), emitido por la Dirección de Promoción de las Exportaciones, Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa (MinEcon, J.A.Roca 651, C.A. de BsAs.).

Las lanas no elaboradas de las partidas 5101, 5102, 5103 se comercializan siempre respaldadas por un Certificado Sanitario, que refleja el cumplimiento de las normas y la procedencia del producto de un establecimiento autorizado por la Unión Europea. En la Argentina, la única entidad que certifica los productos de procedencia animal destinados a la exportación es el SENASA.

El SENASA se encarga de verificar y controlar el cumplimiento de las normas, solicitar la actualización de los registros, diagramar el régimen de inspecciones y, finalmente, otorgar el sello de certificación a los productos que cumplan con los requisitos (emisión de certificados y constancias).

## **7) REQUISITOS SANITARIOS. LEYES, REGULACIONES Y SISTEMAS QUE RIGEN EL PRODUCTO IMPORTADO**

Las regulaciones de la UE están disponibles para su consulta en la página web

<http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>

### **Certificaciones sanitarias**

Las regulaciones sanitarias de la Unión Europea relativas al comercio con productos de procedencia animal provenientes de países terceros son muy estrictas.

Las normas básicas relacionadas con la importación de lana y sus productos al territorio de la Unión Europea son:

- Reglamento (CE) n° 1774/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 3 de octubre de 2002 por el que se establecen las normas sanitarias aplicables a los subproductos animales no destinados al consumo humano.
- Los anexos al Reglamento 1774/2002, que contienen los modelos de los certificados sanitarios pertinentes.



Las lanas de las partidas 5101, 5102 y 5103, por Decisión de la Comisión 1547/2007 deben estar provistas de un certificado veterinario de importación expedido por el SENASA.

En Polonia, el comercio con productos de procedencia animal —entre ellos lana— es controlado por la Inspección General de Veterinaria, cuyo jefe lleva el título de Médico General de Veterinaria, con rango de ministro. En la página web [www.wetgiw.gov.pl](http://www.wetgiw.gov.pl) están contenidas las principales normativas veterinarias, incluidos los modelos de los certificados veterinarios de importación, en idioma polaco.

### **Certificaciones de seguridad y calidad**

En cuanto a tejidos y productos textiles terminados, las directivas de la UE que se refieren a las cuestiones de seguridad de su uso y a las cuestiones de calidad establecen que la certificación de seguridad y calidad es facultativa, o sea depende sobre todo de la buena voluntad de la empresa productora o importadora. Esta puede tener interés en conseguir los certificados pertinentes a fin de incrementar su competitividad en el mercado.

En Polonia, el organismo que certifica productos textiles es el Instituto de la Industria Textil:

**Instytut Włokiennictwa**  
(Instituto de la Industria Textil)  
Tel (4842) 253-4460 y (4842) 253-4413  
fax (4842) 253-4463  
e-mail: [cert@iw.lodz.pl](mailto:cert@iw.lodz.pl)  
Contacto: Piotr Kantor  
**Zakład Certyfikacji TEXTIL-CERT**  
(Oficina de Certificaciones TEXTIL-CERT)  
Tel (4842) 253-4432. E-mail: [pkantor@iw.lodz.pl](mailto:pkantor@iw.lodz.pl)

### **Tipos de certificados expedidos por el Instituto de la Industria Textil**

Certificado Oeko-Tex Standard 100 (certifica que los productos textiles están libres de sustancias dañinas)



Certificado: Seguro para bebés



Certificado: Seguro para niños



Certificado de seguridad "B"



Certificado de calidad "Q"



**8) IMPORTACIONES ENTRE 2006 Y 2008(3 trim.). PARTICIPACIÓN DE LOS PAÍSES PROVEEDORES EN LAS IMPORTACIONES. PARTICIPACIÓN DE LA ARGENTINA. Datos de la Oficina Central de Estadísticas de Polonia.**

Posición 510119	2008 (III T.)		2007		2006	
	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD
TOTAL	168395	566566	19819	68052	25100	98989
Nueva Zelanda	96220	329403	19758	66905	0	0
Argentina	40456	143941	0	0	0	0
China	30000	81636	0	0	0	0
Unión Europea	1719	11586	61	1147	25100	98989

<b>PA. 510121</b>	<b>2008 (III T.)</b>		<b>2007</b>		<b>2006</b>	
Origen	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD
TOTAL	3573692	10406443	3656856	9146166	3696525	8849030
Bélgica	2496066	7491245	1747739	4766347	1410859	3475352
Nueva Zelanda	439145	1425778	648663	2142822	986987	3151175
Gran Bretaña	200248	580528	366689	1083706	298303	831555
Alemania	78922	366729	292052	459046	231331	521383
Hungría	115921	175846	81977	83339	119758	155159
Eslovaquia	179777	151052	374461	258221	507700	299488
Argentina	47798	148966	20946	48117	46114	122057
Francia	10148	32567	6182	18781	0	0
Uruguay	4391	19832	31387	125414	20441	42591

<b>PA. 510529</b>	<b>2008 (III T.)</b>		<b>2007</b>		<b>2006</b>	
Origen	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD
TOTAL	7062109	83513526	11054428	100188908	9969312	74595175
China	2027839	26232620	3922827	38412392	2078759	16634372
Italia	1033773	14087612	2955262	32002820	3450984	26922045
Bulgaria	840125	9991244	577177	5654816	326832	2242721
Repúb. Checa	926828	8741467	1326885	11957618	1193245	8907409
Gran Bretaña	594076	6052906	547194	5662267	550590	4798917
Australia	428864	5952801	80751	795126	75856	554969
India	209419	3097175	10220	134345	0	0
Alemania	311075	3093998	573159	5422215	775256	5094714
Uruguay	321068	2196497	538467	3390196	713110	3635055
España	50555	555281	198045	1900066	20949	54479
Hungría	72513	491762	30813	281956	116518	922776
Argentina	22678	269390	0	0	26123	137995
Portugal	22168	143803	26191	145496	2590	10437
Brasil	9550	73306	27187	172086	12911	71081
Chile	350	2786	0	0	0	0

<b>PA. 510610</b>	<b>2008 (III T.)</b>		<b>2007</b>		<b>2006</b>	
Origen	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD	Kg	Valor USD
TOTAL	91720	1889962	175040	2514741	194497	3142493
Alemania	55756	297612	82976	1589676	119557	2131824
China	13006	255291	0	0	0	0
Gran Bretaña	14480	90774	55632	329926	31323	195578
Bulgaria	0	0	10112	152556	0	0
Turquía	0	0	9058	43313	10186	44935
Nueva Zelanda	0	0	11387	283123	11503	284013

<b>PA. 511211</b>	<b>2008 (III T.)</b>		<b>2007</b>		<b>2006</b>	
Origen	m2	Valor USD	m2	Valor USD	m2	Valor USD
TOTAL	2122088	25947095	3137008	31079207	3055671	27207909
Italia	1174073	16076527	1665248	18487208	1475226	15063046
Alemania	247689	3040918	311882	2938293	475571	3861075
Francia	133613	1845539	250902	3304134	307798	3182019
Turquía	191142	1692039	370155	2742451	354068	2476858
China	178874	1298578	216414	1196697	211567	1024596
Chile	4	156	1870	36747		
México	9	54	0	0	0	0
Uruguay	0	0	1075	9030	0	0

<b>PA. 511219</b>	<b>2008 (III T.)</b>		<b>2007</b>		<b>2006</b>	
Origen	m2	Valor USD	m2	Valor USD	m2	Valor USD
TOTAL	1155385	15485712	1833243	20152250	5052815	48935369
Italia	561752	9108997	859644	11441768	3538281	37229963
Alemania	98737	1089600	159191	1514365	256999	2357090
China	122588	893810	164794	1012984	242741	1078087
Francia	57601	728578	105668	1195548	149127	1540068
Suecia	34518	685439	68532	566978	3386	71581
Gran Bretaña	33983	486404	58337	741791	68726	827243
Países Bajos	45006	381672	46103	346149	60182	404566
España	28949	254097	32075	309468	25570	207947
Bulgaria	20459	186328	5515	76988	873	5827
Perú	2532	58502	8520	137218	206	6800
Uruguay	142	1693	3502	31093	4399	42262

PA. 511290	2008 (III T.)		2007		2006	
	m2	Valor USD	m2	Valor USD	m2	Valor USD
TOTAL	515665	6767267	714207	7532575	798310	7327410
Italia	273318	4286729	372330	4898692	390071	4162277
China	93913	815658	102885	525817	59503	193608
Alemania	49059	577753	119369	1150943	132777	1201414
Turquía	22181	222545	16277	122091	10169	52790
Bélgica	20295	163431	18022	80833	45895	223597
Perú	7109	134250	3183	58540	16168	255282
Uruguay	938	7760	0	0	0	0

## 9) NIVELES DE PRECIOS. NIVEL IMPORTADOR/MERCADO MAYORISTA/MERCADO MINORISTA

### Precios de importación:

En 2007, fueron importados más de 60 mil de dólares en lana sucia, incluida la lavada en vivo —P.A. 510119— a un precio promedio de importación de 3,43 USD/kg. En 2008, este precio unitario bajó a USD 3,36, en tanto el valor de exportación subió a más de 500 mil dólares.

Nueva Zelanda es el líder en esta exportación a Polonia, con precios de 3,39 USD/kg en 2007 y 3,42 USD/kg en 2008, seguida por Argentina, China y la Unión Europea. Argentina fue el segundo país exportador de dicho producto en 2008.

Las importaciones desde Argentina en 2008 constituyeron más de 140 mil de dólares. El precio unitario por kg sobrepasó los 3,55 dólares, lo que parece indicar que la compra desde Argentina es menos provechosa para los importadores que la de Nueva Zelanda.

Anualmente se importan unos 10 millones de dólares en lana esquilada, desgrasada, sin carbonizar de la P.A. 510121. En 2007, el precio promedio de importación fue de USD 2,5 por kilogramo y en 2008 éste subió a USD 2,91.

Los tres vendedores más importantes --cuya participación en la importación de este producto sobrepasa el 90%-- son Bélgica, Nueva Zelanda y Gran Bretaña. Bélgica fue el principal proveedor de Polonia, con un precio de USD 2,73 por kilogramo en 2007. Pero este costo subió y en 2008 Bélgica vendía su lana a USD 3 por kilogramo.

En 2007, la importación de este producto desde Argentina fue marginal, con un valor de menos de 150 mil dólares, aunque este valor fue el doble de nuestras ventas del año anterior. En 2007, el precio de importación de este producto fue de USD 2,3 por kilogramo y

en 2008 subió a USD 3,12. Las importaciones desde la Argentina son menos competitivas en comparación con los países líderes.

Cada año se adquieren del exterior lanas y pelo fino u ordinario, cardados o peinados de la **P.A. 510529**. En 2007, el precio de importación de este producto fue de USD 9,79 por kilogramo y el valor de importación constituyó más de 1 millón de dólares.

Los líderes del mercado son China (9,79 USD/kg) e Italia (10,83 USD/kg) que proveen más que los 65% de las importaciones polacas de este producto.

Argentina exportó en 2008 unos 270 mil de dólares de dicho producto al precio de 11,88 USD/kg, lo que es menos competitivo en comparación con los precios de los líderes.

El exportador más importante de hilados de lana cardada sin acondicionar para la venta al por menor de la **P.A. 510610** es Alemania, cuyas ventas en 2007 constituyeron más del 60% de todas las importaciones polacas de este renglón. El precio del producto alemán fue 19,16 USD/m<sup>2</sup>, en tanto el promedio fue de 14,37 USD/m<sup>2</sup>.

En cuanto a la **P.A. 511211** Polonia importó en 2007 más de 31 millones de dólares de tejidos de lana peinada o pelo fino peinado a un precio promedio de 9,91 USD/m<sup>2</sup>. Italia lidera las exportaciones a Polonia de este rubro, por un valor de 18 millones de dólares a razón de 11,1 USD/m<sup>2</sup>.

Italia lidera también las exportaciones a Polonia de la **P.A. 511219**. En 2007, Polonia importó 20 millones de dólares de este producto. Entre ellos, más de 11 millones de dólares fueron de Italia, que cotizó su producto al precio de 13,3 USD/m<sup>2</sup>. Otros proveedores importantes son Alemania y China.

Dos tercios de los demás tejidos de lana peinada o pelo fino peinado de la **P.A. 511290** —que se importaron en 2007 por valor de 7,5 millones de dólares— provienen de Italia. También los hay provenientes de China y Alemania. El valor promedio de importación en 2007 fue de USD 10,55 por metro cuadrado. Los tejidos italianos son considerados como los de mejor calidad y tratamiento, pero los asiáticos tienen mejores precios: los tejidos italianos costaron en promedio USD 13,16 por m<sup>2</sup>, mientras que los chinos — que son los más baratos — ingresaron a USD 5,11 por m<sup>2</sup>.

### **Precios mayoristas**

Dependen del tipo y origen del producto. En general, se puede considerar que los precios mayoristas son un 30 a 40% superiores a los precios de importación.

### **Precios minoristas:**

Tipo de cambio (octubre 2009): 1USD = 2,80 zlotys.
--

La lana sin cardar ni peinar se vende al por menor. De ella se hacen, por ejemplo, diferentes elementos de ropa de cama. Una manta de lana de 160 cm x 200 cm cuesta al público de 100 a 120 PLN. Los edredones se venden a precios de 50 a 70 PLN y las almohadas de lana se pueden obtener en Polonia a precios de 30 a 50 PLN.



La lana peinada, especialmente la teñida, se vende mucho, a precios de PLN 5 a 7 por 100 gramos. Con esa lana se producen fieltros y diferentes componentes y elementos decorativos.



Para el mismo uso doméstico, el hilado de lana se vende a precios de 15 a 20 PLN/100g. Los tejidos e hilados de lana se usan para producir elementos de indumentaria como bufandas, pulóveres, gorras o guantes.



Finalmente, por un valor de PLN 700 a 1000 por unidad hay alfombras de lana —de 120 a 160 cm x 240 cm.



## **10) CONSUMO. PORCENTAJE SATISFECHO CON PRODUCCION LOCAL, PORCENTAJE SATISFECHO CON IMPORTACIÓN. CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO**

La cría de ovinos en Polonia vivió su época de grandeza en los ochenta: en 1986 había 5 millones de cabezas de ganado ovino. A partir de ese año, el rebaño fue disminuyendo paulatinamente y la caída se precipitó a partir de 1990. Entre 2001 y 2003 el número de ovinos se mantenía en unos 330 mil; actualmente no llega a las 300 mil cabezas.

La importancia económica de los animales de cría está ligada directamente con la demanda de los productos provenientes de esos animales, o sea de la coyuntura. Las ovejas son fuente de productos como leche, carne, lana, pieles o abono natural. Además, mantienen en buen estado las extensiones de pastos, impidiendo su forestación. Hasta los noventa, el principal producto que hacía rentable la cría de ovinos eran su lana y pieles, destinados a la producción de indumentaria.

A partir de esta época, debido a la competencia de otros hilados y tejidos, así como a raíz de cambios en la moda y al calentamiento global —que eliminó la demanda de tapados, gorros y guantes de abrigo— la lana y las pieles de cordero dejaron de ser altamente demandados.

En esta época de transición económica, en Europa Central y del Este la cría de ovejas dejó de ser rentable. Se hicieron intentos de recuperar la rentabilidad mediante la reconversión de la cría, haciendo hincapié en la producción cárnica. Este proyecto quedó frustrado y el rebaño nacional siguió disminuyendo.

Una de las razones de esta situación es una fuerte barrera constituida por la falta de demanda interna de carne ovina, debido a la inexistencia de tradiciones de consumo de este producto. La producción ovina polaca es afectada por las posibilidades de exportación de carne de cordero a otros mercados de la Unión Europea, donde podrían obtenerse precios rentables para corderos en pie y carne de cordero polaca.

La consolidación de un mercado interno para los productos ovinos es obstaculizada también por la alta desagregación de la producción, puesto que los criadores tienen pequeños rebaños y la estructura de razas es muy diversificada.

Aún después del acceso de Polonia a la UE no hubo cambios esenciales en la organización de la producción ovina. La comunidad incentiva la llamada “producción ovina alternativa”, consistente en la utilización de la cría de ovejas como medio para la conservación del medio ambiente en parques y reservas nacionales. En Polonia, este nuevo enfoque todavía no se impuso y la cría sigue siendo cada vez menos rentable.

El 60% de los beneficios de los criadores proviene de la venta de carne y el resto de la venta de leche o quesos. La venta de lana (precio de acopio en 2008 de 1,3 dólares por kilo) no permite ni siquiera cubrir los gastos de la esquila de ovejas. El portal [www.farmer.pl](http://www.farmer.pl) denunció a fines del 2008 que los criadores polacos quemaban las pieles de ovejas, debido a la imposibilidad de venderlas.

Entre 2004 y 2006 los criadores obtenían de la UE subsidios por cabeza ovina, pero a partir de 2007 estas subvenciones desaparecieron, conforme lo negociado en el tratado de adhesión. El sector no tiene una estructura organizativa centralizada ni asociaciones de productores que puedan ejercer presiones sobre las autoridades para lograr mejoras en las condiciones de producción.

La lana y sus derivados pertenecen al grupo de productos en los que la producción nacional es muy inferior a las importaciones. Como surge de los datos de la Oficina Central de Estadísticas, las importaciones corresponden a 2/3 partes del consumo polaco de estos insumos. La oferta nacional es altamente insuficiente, de calidad baja y desigual, por lo que los fabricantes de tejidos y otros productos de lana prefieren utilizar materia prima importada. Esta suele ser también más barata.

El tipo de cambio de la divisa polaca —el zloty, a veces abreviado PLN— también crea un grave problema al sector. En los años 2007 y 2008 el zloty era fuerte, pero hoy su valor es un 40% inferior. Los productores polacos tradicionalmente importan pelo e hilados de lana y los utilizan en la producción de vestidos y otros artículos. Una gran parte de esta producción se destinaba a la exportación, pero actualmente la exportación a los países de Europa Occidental y a Estados Unidos dejó de ser rentable, ya que los costos de la materia prima subieron pero los precios de venta de los productos no pueden aumentar porque no los comprarían los consumidores occidentales, afectados por la crisis económica.

De lo anteriormente dicho se puede sacar la conclusión de que Polonia potencialmente es un mercado considerable para pelo e hilados de lana, pero que su sector se encuentra en este momento en una especie de impasse. Posiblemente los productores polacos busquen fuentes alternativas de materia prima, a precios competitivos, una vez superados sus problemas con la venta de los productos finales. Es de prever una concentración de la producción, actualmente muy desagregada, no sin víctimas en forma de quiebras de pequeñas empresas poco competitivas.

## **11) CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

- 1) Productor/importador
- 2) Distribuidor mayorista
- 3) Fabricante (fábricas de telas, de vestimenta, de indumentaria, de ropa de cama, de alfombras, de otros artículos)

## **12) PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO**

CIUDADES	NÚMERO DE HABITANTES
Varsovia	1.700.000
GOP (Katowice)	890.000
Cracovia	857.000

Lodz	753.000
Trojmiasto (Gdansk, Sopot, Gdynia)	745.000
Wroclaw	632.000
Poznan	560.000

### 13) EMBALAJES Y FORMAS DE ETIQUETADO

El texto que figura en el envase o la etiqueta debe ser redactado OBLIGATORIAMENTE en idioma polaco.

Cada envase debe llevar, agrupadas en uno de sus lados y con caracteres legibles, indelebles y visibles, las indicaciones siguientes:

- **Identificación** (Envasador y/o importador)
- **Naturaleza (nombre) del producto**
- **Origen del producto**
- **Características comerciales** (Peso neto, Fraccionamiento)
- **Mención CE**

### 14) PRINCIPALES ACCESOS AL MERCADO

<b>PUERTOS MARÍTIMOS</b>	<b>AEROPUERTOS</b>	<b>ACCESO POR TIERRA</b>
Gdansk Gdynia Szczecin Swinoujscie	Varsovia Cracovia Wroclaw	Por ruta desde los puertos de Alemania y/o Holanda

### 15) ZONAS FRANCAS

En distintas regiones del país existe una decena de zonas francas, destinadas a atraer inversores mediante reducciones de impuestos a cambio de la creación de nuevas plantas productivas.

Para las actividades de importación puede resultar conveniente el uso de almacenes de consignación privados, en los que los bienes importados pueden permanecer hasta 12 meses, abonándose los derechos de importación en el momento de la salida de los productos del almacén y no en el momento de su ingreso a éstos.

## **16) FERIAS Y EXPOSICIONES GENERALES Y ESPECIALIZADAS**

### **TEX STYLE**

#### **Clothing Industry Fabrics and Accesories Trade Fair**

2 a 4 de septiembre de 2009

<http://fashion.mtp.pl/en>

Organizador

Miedzynarodowe Targi Poznanskie sp. z o.o.

Glogowska 14, 60-734 Poznan

Directora de Proyecto: Malgorzata Barczak

Tel. (4861) 869-2524, fax (4861) 869-2960

E-mail: [malgorzata.barczak@mtp.pl](mailto:malgorzata.barczak@mtp.pl)

### **KIELCE FASHION**

#### **Fair of Fashion and Design**

6 a 8 de noviembre de 2009

<http://www.targikielce.pl/>

Organizador

Kielce Trade Fairs

Zakladowa 1, 25-672 Kielce

Director de Proyecto: Pawel Pytlewski

Tel. (4841) 365-1234

e-mail: [pytlewski.p@targikielce.pl](mailto:pytlewski.p@targikielce.pl), [fashion@targikielce.pl](mailto:fashion@targikielce.pl)

## **17) ASOCIACIONES SECTORIALES**

Institut Wlokiennictwa

(Instituto de la Industria Textil)

Brzezińska 5/15, Lodz

[www.iw.lodz.pl](http://www.iw.lodz.pl)

Sección de Cooperación con el Exterior

Sra. Regina Malec, tel. (4842) 616-3186, e-mail: [malec@iw.lodz.pl](mailto:malec@iw.lodz.pl)

Stowarzyszenie Wlokiennikow Polskich

(Asociación de Industriales Textiles de Polonia)

90 - 007 Łódź pl. Komuny Paryskiej 5a

Tel. (4842) 632-7115 y (4842) 633-4095

[www.swp.prv.pl](http://www.swp.prv.pl)

e-mail: [swpbiuro@neostrada.pl](mailto:swpbiuro@neostrada.pl), [swp.zg@wp.pl](mailto:swp.zg@wp.pl)

Polska Izba Odzieżowo-Tekstylna

(Cámara Polaca de Ropa y Textiles)

Kielecka 7, 80-303 Gdynia

[www.textiles.pl](http://www.textiles.pl)

[piot.gdynia@textiles.pl](mailto:piot.gdynia@textiles.pl)

La Cámara otorga licencias para marcas Woolmark:



Contacto: Leszek Oszczygiel  
Tel. (4858) 627-3193, 620-9501  
Fax. (4858) 621-6923  
E-mail: [woolmark@textiles.pl](mailto:woolmark@textiles.pl)

## **17) LISTADO DE IMPORTADORES**

ANGORATEX (hilados)  
Dabrowskiego 207/215, 93-231 Lodz  
Tel. (4842) 649-1335, fax (4842) 649-2387  
e-mail: [centrala@angoratex.com.pl](mailto:centrala@angoratex.com.pl)  
<http://www.angoratex.com.pl/>  
Contacto: Krzysztof Jankowski, director general

ARAMEKS (lana e hilados)  
Smolika 10, 91-357 Lodz  
Tel. (4842) 658-0811, fax (4842) 658-0810  
e-mail: [asiam@core.pl](mailto:asiam@core.pl), [arameks@neostrada.pl](mailto:arameks@neostrada.pl)  
Contacto: Andrzej Bator, propietario

ARELAN (lana e hilados)  
Rzgowska 17a, 93-008 Lodz  
Tel. (4842) 681-7140, fax (4842) 684-8299  
e-mail: [firma@arelan.com.pl](mailto:firma@arelan.com.pl)  
<http://www.arelan.com.pl/>  
Contacto: Jozef Horazak, presidente

BIAWENA  
Sidorska 102, 21-500 Biala Podlaska  
Tel. (4883) 343-7096, fax (4883) 344-3370  
e-mail: [biawena@biawena.pl](mailto:biawena@biawena.pl)  
<http://www.biawena.pl/>  
Contacto: Jozef Klepacki, director

DALLAS JEANS (hilados y tejidos)  
Jana z Kolna 12, 65-014 Zielona Gora  
Tel. (4868) 324-9955, fax (4868) 324-9963  
e-mail: [dallas\\_corp@op.pl](mailto:dallas_corp@op.pl)  
[www.dallasjeans.pl](http://www.dallasjeans.pl)  
Contacto: Ireneusz Toporski, director

EAST WEST SPINNING (hilados)  
Lodowa 85, 93-232 Lodz  
Tel. (4842) 677-1100, fax (4842) 677-1101  
e-mail: [office@ews.lodz.pl](mailto:office@ews.lodz.pl)  
<http://www.ews.pl/>  
Contacto: Janusz Wroblewski, presidente

ENKEV (lana e hilado)  
Targowa 2, 90-022 Lodz  
Tel. (4842) 671-8700, fax: (4842) 671-8719  
e-mail: [sales@enkevpolska.com.pl](mailto:sales@enkevpolska.com.pl)  
[www.enkevpolska.com.pl](http://www.enkevpolska.com.pl)  
Contacto: Czeslaw Grochulski, presidente

INTERTEX (lana e hilados)  
Chemiczna 12, 41-200 Sosnowiec  
Tel. (4832) 266-4831, fax (4832) 266-4830  
e-mail: [biurohandlowe@intertex.pl](mailto:biurohandlowe@intertex.pl)  
[www.intertex.pl](http://www.intertex.pl)  
Contacto: Marek Zabiegala, director

MAXIMAR  
Ogrodowa 74, 91-071 Lodz  
Tel. (4842) 630-6054, fax (4842) 630-1276  
e-mail: [biuro@maximar.com.pl](mailto:biuro@maximar.com.pl)  
<http://www.maximar.com.pl/>  
Contacto: Dariusz Prusisz, director

MAZOVIA  
Piaskowa 122-150, 97-200 Tomaszow Mazowiecki  
Tel. (4844) 724-2500, fax (4844) 724-2760  
e-mail: [sekretariat@mazovia.net](mailto:sekretariat@mazovia.net)  
<http://www.mazovia.net/>  
Contacto: Edward Gorowski, director

MERINOTEX (lana e hilados)  
Szosa Bydgoska 40/62, 87-100 Torun  
Tel. (4856) 610-6300, fax (4856) 654-2545  
e-mail: [merinotex@merinotex.com.pl](mailto:merinotex@merinotex.com.pl)  
<http://www.merinotex.com.pl/>  
Contacto: Grzegorz Maksym, presidente

#### POLANIL

Dabrowskiego 225/243, 93-231 Lodz  
Tel. (4842) 649-2510, fax (4842) 649-1565  
e-mail: [marketing@polanil.com.pl](mailto:marketing@polanil.com.pl)  
<http://www.polanil.com.pl/>  
Contacto: Krzysztof Wesolowski, presidente

#### POLTOPS

Dworcowa 45, 68-100 Zagan  
Tel. (4868) 477-5101, fax (4868) 477-5100  
e-mail: [zarzad@poltops.pl](mailto:zarzad@poltops.pl)  
<http://www.poltops.pl/>  
Contacto: Marcin Rucinski, director

#### SUPRA (lana, hilados)

Sw. Rocha 11/1, 15-879 Bialystok  
Tel. (4885) 742-1930, fax (4885) 746-0190  
e-mail: [supra@bianet.com.pl](mailto:supra@bianet.com.pl)  
Contacto: Krzysztof Godlewski, director

#### TOMTEX (lana, hilados, tejidos)

Wlokiennicza 12/18, 97-200 Tomaszow Mazowiecki  
Tel. (4844) 723-3947, fax (4844) 723-3273  
e-mail: [sekretariat@tomtex.com.pl](mailto:sekretariat@tomtex.com.pl)  
<http://www.tomtex.com.pl/>  
Contacto: Joanna Warczynska, especialista de importaciones

#### ZPW 9 MAJA (lana e hilados)

Czestochowska 38/52, 93-121 Lodz  
Tel. (4842) 674-2636, fax (4842) 674-2902  
e-mail: [9maja@neostrada.pl](mailto:9maja@neostrada.pl)  
<http://www.9maja.neostrada.pl/>  
Contacto: Andrzej Rilc, presidente

#### FUENTES:

- Oficina Central de Estadísticas de Polonia [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)
- Base de datos empresaria Kompass, [www.kompass.com](http://www.kompass.com)
- Portal agrario [www.farmer.pl](http://www.farmer.pl)
- Portal <http://www.swiatwelny.pl>
- Portal [www.tekstyli.pl](http://www.tekstyli.pl)
- Portal [www.tkaniny.com.pl](http://www.tkaniny.com.pl)