



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de la moda y confección en Túnez

Agosto 2016

Este estudio ha sido realizado por
Isabel Puente Mingo y Luis Antonio Tapias Martín,
bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Túnez

EL MERCADO DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN TÚNEZ

El presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis sobre la situación del **sector de la moda y confección en el mercado Tunecino**, así como sobre las oportunidades que ofrece el país para la potencial implantación o introducción de empresas españolas del sector en el país. Más concretamente, el estudio se centra en una gama de productos pertenecientes a los capítulos 61 y 62 del sistema armonizado.

El **conjunto del sector textil** constituye un punto clave en la economía tunecina y continúa siendo el principal sector de la industria manufacturera nacional, tanto en términos de exportación (35%), como en empleo (34%), con 180.000 empleos, y en valor añadido (19%).

En lo que se refiere a las cifras de **comercio exterior** del conjunto del sector, se puede confirmar la tendencia prevista por fuentes del sector que aseguran que, aunque los anteriores ejercicios han acusado la ralentización económica postrevolución, existen signos claros de mejora para los años venideros. Los principales proveedores de Túnez son China, Turquía e Italia, seguidos de otros países de Europa occidental, como España (2,4%).

Las cifras más altas tanto de exportación como de importación recaen sobre pantalones masculinos y femeninos de no algodón (47% y 24% de la importación). Por otra parte, los productos en los que la importación supera con creces la exportación son prendas de abrigo y ropa interior femenina. Mención aparte merecen camisetas y trajes de baño, que son productos eminentemente dedicados a la exportación.

En la actualidad, el grado de desarrollo y el nivel de **competencia** en el sector retail de moda no es demasiado elevado como consecuencia de la escasez de oferta en cuanto a los espacios comerciales. En todo caso, es interesante destacar que grandes cadenas internacionales de moda están presentes en Túnez como Inditex o Benetton que tienen cuotas de en torno al 0,1% del sector retail respectivamente.

Se prevé una **demanda** creciente que, en algún punto, supere a la oferta local. De hecho, una parte de la sociedad tunecina se está mostrando más abierta a la moda y costumbres europeas, por lo que se espera un aumento de la demanda de cara a los productos ofrecidos por marcas internacionales. El producto europeo se asocia a calidad y a un status social elevado.

En cuanto a la **percepción del producto español** en el mercado de la moda, la imagen de las marcas presentes goza de una reputación muy positiva en términos de calidad y actualidad.

En general, los **precios** del mercado tunecino del sector textil y de moda son elevados, tanto de los productos locales como de los productos importados, en relación con el nivel de vida de los ciudadanos locales.

En lo que se refiere a la **distribución** desde el fabricante a la tienda se ha detectado la práctica inexistencia de grandes distribuidores de producto extranjero. Las boutiques que venden producto no tunecino suelen acudir directamente a proveedores en el extranjero (ya sean el propio fabricante o un distribuidor multimarca). En cuanto al **comercio online**, aún no constituye un canal consolidado en el país y por el momento tan solo han desarrollado plataformas online los operadores locales.

En materia de acceso al mercado, el mercado tunecino destaca por su proteccionismo en todos los sectores. Por ello, para penetrar este mercado es fundamental ir de la mano de un **socio local**. En lo que se refiere a la **forma de entrada**, la opción por la que se han decantado las grandes compañías internacionales de fabricación y distribución de moda es la **franquicia**.

EL MERCADO DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN TÚNEZ

A nivel arancelario es importante destacar que, debido al acuerdo de libre cambio vigente entre Túnez y la Unión Europea y Turquía, todo producto cuyo certificado de origen atestigüe que el producto proviene de un país comunitario está libre de aranceles.

Las oportunidades se centran principalmente en:

- Ropa interior femenina y prendas de abrigo en general.
- Demanda creciente de ropa actual y de calidad.
- Escasez de competencia extranjera que ofrezca producto actual y de calidad.

Se podría decir que el sector textil y de la moda muestra unas **perspectivas optimistas** para los años venideros y que parece que está listo para crecer de nuevo. Además, se espera una diversificación del mismo con el aumento de una demanda más centrada en la moda europea.