

Polonia: El Sector Textil

**ELABORADO POR VLADIMIR JOSEF KUBACKI
PARA INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO
EXTERIOR
Con la colaboración de la Oficina Comercial de
España en Varsovia
Junio 2000**



ESTUDIOS DE MERCADO

INDICE

1.0 Introducción.....	3
1.1. Datos generales	3
1.2. Economía Polaca	3
1.3. Otros datos económicos de interés.....	4
2.0 El mercado textil en Polonia	7
2.1. Tamaño y estructura del mercado	7
2.2. Definición del sector	8
2.3. Estructura del mercado	9
2.4. Características del mercado textil polaco	10
2.5. Empleo de la industria textil polaca	12
2.6. Remuneración de la industria textil polaca	13
2.7. Cuadros globales de producción.....	13
2.8. Comercio exterior y competencia	14
2.9. Resultados financieros y rentabilidad.....	21
2.10. Causas de la crisis en la industria textil polaca	23
3.0 Distribución.....	26
3.1. Características del mercado	26
3.2. Esquema de la distribución por porcentajes.....	26
3.3. Costumbres comerciales	28
4.0 Comercialización	29
4.1. El producto.....	29
4.2. El precio	31
4.3. Publicidad y promoción	32
4.3.1. Ferias en Polonia.....	32
4.4. Revistas sectoriales.....	34
5.0 Posibilidades para el producto español e inversiones	35
5.1. Objetivos y medios.....	37
5.2. Relaciones públicas.....	35
6.0 Conclusiones	40
7.0 Anexos.....	43
7.1. Asociaciones del sector	43
7.2. Operadores de tejidos	44
7.3. Listado de fabricantes de tejidos.....	47
7.4. Ferias del ramo textil y tejidos en Polonia	50
7.5. Revistas del sector textil.....	59
7.6. Otras direcciones de interés	59
7.7. Direcciones útiles en Internet.....	60
7.8. Fuentes/Bibliografía	61

1.0 Introducción

1.1. Datos generales

Polonia ocupa una superficie de 313 mil kilómetros cuadrados aproximadamente y cuenta con casi 40 millones de habitantes.

Sus principales ciudades son:

- Varsovia 1.700 mil habitantes - la capital de Polonia
- Lodz 850 mil habitantes - el centro de la industria textil
- Cracovia 770 mil habitantes
- Wroclaw 660 mil habitantes
- Poznan 600 mil habitantes - la ciudad ferial más importante
- Gdansk 480 mil habitantes - el centro portuario y astilleros
- Szczecin 430 mil habitantes - el centro portuario y astilleros
- Katowice 370 mil habitantes - el centro minero e industria pesada

Es un país bastante homogéneo desde el punto de vista étnico (98 % Polacos) y religioso (95 % católicos).

La lengua oficial es el polaco.

La moneda oficial en Polonia es ZLOTY polaco (PLN) y su tipo de cambio actualmente está en torno a 4,40 PLN/USD, 3,92 PLN/EURO, y 2,36 PLN/100 PTS.

La inflación en 1999 fue de un 9,8 % y la previsión para el año 2000 es del 7,2 %.

Polonia es un país democrático constituido en forma de república parlamentaria. Es un futuro miembro y país fronterizo con la Unión Europea.

La situación geográfica de Polonia es idónea como camino entre la Unión Europea y Rusia. Por su ubicación geográfica, tamaño del mercado interno y legislación ventajosa de cara a las inversiones extranjeras, Polonia parece ser un país adecuado para la implantación de firmas extranjeras con vista a la penetración de productos occidentales hacia los mercados de la extinta Unión Soviética.

Existe un Acuerdo de Asociación entre la UE y Polonia desde 1994. Actualmente están en fase avanzada las negociaciones de adhesión de Polonia a la Unión Europea, previéndose su incorporación en el 2003.

1.2. Economía polaca

Polonia se encuentra en una etapa de muchos cambios como consecuencia de su ruptura con el régimen de economía planificada socialista.

La economía polaca a partir del año 1990 se halla en pleno reajuste caracterizado por un intenso proceso de privatización.

Después de una caída brusca (25%) de la renta polaca a lo largo de los años 90, se produjo una aceleración importante de la economía, modernización de la capacidad productiva, aumento de la competitividad, privatización de los sectores vitales para la economía, caída paulatina de la inflación, aumento del intercambio comercial con el exterior junto con un importante cambio de la orientación geográfica del comercio exterior a favor de los países occidentales.

Como reflejo del buen estado de la economía polaca se reforzó la moneda local. El ZLOTY polaco ya es convertible y últimamente se esta apreciando de modo real frente a la mayoría de las monedas occidentales.

Organizaciones mundiales como el BANCO MUNDIAL, FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, e instituciones comunitarias ven de modo muy positivo y optimista el futuro de la economía polaca. Las previsiones económicas sobre Polonia en el periodo 2000 - 2010 destacan la posibilidad del crecimiento de su economía por termino medio hasta un 7 - 8 % anual, un alto crecimiento de las inversiones internas y extranjeras, bajada de los gastos presupuestarios, reducción del paro, aumento de las innovaciones y equilibrio macroeconómico en general.

1.3. Otros datos económicos de interés

– Incremento del PIB:

- 1995 - 7,0 %
- 1996 - 6,0 %
- 1997 - 6,8 %
- 1998 - 4,8 %
- 1999 - 4,1 %

– PIB per capita en 1999 - 4.600 USD.

– Incremento del IPC (dic/dic):

- 1996 - 18,5 %
- 1997 - 13,2 %
- 1998 - 8,6 %
- 1999 - 9,8 %

– Incremento de la demanda interna de consumo en Polonia:

- 1995 - 3,3%
- 1996 - 8,3 %
- 1997 - 6,9 %
- 1998 - 4,8 %
- 1999 - 5,1 %

– Tasa del paro:

- 1996 - 13,2 %
- 1997 - 10,3 5
- 1998 - 10,4 %
- 1999 - 13,0 %
- I Trim. 2000 - 13,9 %
- II Trim 2000 - 13,5 %. 2.437.400 parados.

– Salario medio bruto:

- 1996 - 874,3 PLN
- 1997 - 1.065,8 PLN
- 1998 - 1.232,7 PLN
- 1999 - 1.706,7 PLN

- Consumo de materias primas textiles en Polonia por habitante (ventas nacionales):
 - de algodón 25,4 metros corrientes en 1980 y 5,9 metros en 1997
 - de lana 3,4 metros corrientes en 1980 y 0,8 metros en 1997
 - de lino y cáñamo 3,5 metros corrientes en 1980 y 0,3 metros en 1997
- Comercio exterior polaco

La nueva situación económica, el aumento de la competitividad de los productos y la mejora en la coyuntura mundial entre otros factores, han llevado en los últimos años a un crecimiento considerable del comercio exterior polaco, aunque este sigue sin reflejar todo el potencial real de la economía polaca.

Uno de los principales problemas económicos en Polonia es el saldo negativo de su balanza comercial:

- Exportaciones	1998	30.122 millones USD
	1999	26.347 millones USD
	primer semestre 2000	13.158 millones USD
- Importaciones	1998	43.842 millones USD
	1999	40.727 millones USD
	primer semestre 2.000	20.026 millones USD

La balanza comercial negativa de Polonia se compensa con transferencias extranjeras y ante todo por las importantes inversiones extranjeras realizadas en Polonia a lo largo de los años 90. A esto se añade la existencia de ingresos no registrados del comercio fronterizo.

El total de las inversiones sobrepasaba en 1999 los 38.900 millones de USD.

Durante los años noventa, la estructura geográfica del comercio exterior polaco ha experimentado una notable reorientación desde los países del viejo CAME hacia los mercados occidentales.

La distribución geográfica aproximada del comercio exterior polaco es la siguiente:

importaciones :	Países de la OCDE	75%
	Unión Europea	66%
	1 Alemania	27%
	2 Italia	8%
	3 Gran Bretaña	5%
	4 Francia	5%
	5 Holanda	4%
14 España	1,6%	

exportaciones	Países de la OCDE	74%
	Unión Europea	69%
	1 Alemania	38%
	2 Holanda	6%
	3 Italia	5%
	4 Gran Bretaña	4%
	5 Holanda	4%
12 España	1,1%	

Estructura del comercio exterior polaco por grupos de productos:

Exportación polaca: productos de la industria electromecánica, ligera, metalúrgica, química, de madera y papel, alimentaria, combustibles y energía.

Importación polaca: productos de la industria electromecánica, química, ligera, combustible y energía y productos alimenticios en general.

1.4. Relaciones bilaterales Hispano-Polacas

Las relaciones bilaterales entre Polonia y España se han intensificado mucho a lo largo de los años noventa.

El considerable crecimiento del intercambio comercial se debe a los siguientes factores:

1. un fuerte crecimiento de la economía polaca
2. la apreciación del tipo de cambio de la moneda polaca
3. el crecimiento de la economía española
4. la necesidad de buscar nuevos mercados para los productos españoles
5. la estrategia española de posicionarse en los mercados emergentes de Europa del Este y de la antigua Unión Soviética.

El futuro de las relaciones bilaterales sigue presentando un perfil igualmente prometedor para ambas partes. La tendencia es hacia un crecimiento constante.

En el comercio bilateral son especialmente relevantes, desde el punto de vista de la exportación española, los vehículos de transporte, productos químicos, equipos, componentes y accesorios de automoción, material de electrónica e informática, electrodomésticos, cítricos, cerámica, azulejos, productos de mármol, granito y piedra natural, etc.

Desde el punto de vista de las exportaciones polacas, destacan los vehículos de transporte, electrodomésticos, material de electrónica e informática y productos químicos, entre otros.

En cuando a los productos de la industria textil se ha notado un retroceso de la importación española de fibras sintéticas dejando de pertenecer al grupo de las diez partidas más importadas. Se observa últimamente la tendencia contraria, siendo España quien vende a Polonia muchos productos de su industria textil.

En los últimos años la relación comercial bilateral ha sido muy favorable para España:

Millones de pesetas

	Exportaciones españolas	Importaciones españolas	Saldo	Cobertura
1996	79.295	36.957	42.338	214,56
1997	118.419	49.206	69.213	240,66
1998	141.008	59.871	81.137	235,52
1999	138.318	67.902	70.416	203,70
Enero - junio 99	67.130	31.625	35.505	212,27
Enero - junio 00	84.755	42.873	41.882	197,69
Variación (%)	26,26	35,56		

Fuente: Ministerio de Economía de España.

2.0 El mercado textil en Polonia

2.1. Tamaño y estructura del mercado

La industria textil juega un papel muy importante en la economía de Polonia. Ocupa actualmente el cuarto lugar en su aportación al PIB, aunque entre 1995 y 1998 la participación de la industria textil en la producción industrial global polaca ha disminuido sistemáticamente, pasando desde el 7,81% en 1995, al 7,51% en 1996, 7,09% en 1997 y 6,60% en 1998.

Desde el punto de vista geográfico, la industria textil polaca esta concentrada principalmente en tres regiones:

1.región central - ciudades: Lodz, Zgierz, Pabianice, Tomaszow Mazowiecki, Zdunska Wola, Aleksandrow, Konstanyow.

Es la región más importante y aquí se concentra más del 70 % de la producción textil polaca - productos de algodón, lana, lino, fibras sintéticas y naturales, género de punto y productos acabados de todo tipo. Lodz destaca como la capital, con un potencial productivo, base tecnológica y científica e infraestructura auxiliar muy importantes, así como personal muy cualificado, una larga tradición y especialización en los mercados del Este.

2.región sudecki - ciudades: Bielawa, Kamienna Gora, Dzierzoniow, Gluszyca, Kowary, Luban.

Está especializada en algodón, lino, género de punto y alfombras.

3.región bielski - ciudades: Bielsko Biala, Andrychow.

Esta región está especializada en la industria de algodón y lana.

Tabla 1. Tamaño y potencial productivo de la industria textil polaca

Año 1998		% Respecto al total de la industria
Empresas	51.002	21%
Ocupados	417.000	13%
Valor de instalaciones duraderos en millones de ZL	11.649,6	3%
Valor de medios no duraderos en millones de ZL	5.173,9	4,40%
Ventas en PVP (millones de PLN)	18.829	5,10%
Produccion global (millones de PLN)	21.716	5,88%
Valor anadido bruto (millones de PLN)	8.578	7,09%
Resultado financiero neto (millones de PLN)	-87,4	
Indice rentabilidad neto (%)	-0,60%	0,40%
Exportaciones (millones USD)	3.652,9	13,09 % de exp. total
Importaciones (millones USD)	4.275,1	9,13 % de imp. total

Como se puede ver la industria textil polaca ocupa un lugar muy importante en la industria polaca en general. En cuanto al numero de empresas y numero de empleados ocupaba en 1998 el segundo lugar después de la industria alimenticia.

La industria textil polaca requiere proporcionalmente mucha mano de obra y su productividad es más alta que el promedio de la industria polaca en general. Por ello es un sector muy interesante para el capital extranjero. Cabe destacar el importante papel que desempeña la industria textil en el comercio exterior polaco. La exportación ocupa el tercer lugar del total de las exportaciones y la importación el cuarto lugar en las importaciones.

Actualmente los problemas más importantes de la industria textil polaca son:

- necesidad de una reestructuración técnica y modernización de la producción.
- necesidad de mejorar la competitividad de la producción nacional frente a las importaciones.
- necesidad de fomentar y promocionar las exportaciones.
- cumplimiento del acervo comunitario en el sector.

2.2. Definición del sector

En primer lugar, cabe delimitar los productos objeto de este estudio. Hay que comenzar por señalar que la obtención de estadísticas desagregadas y fiables todavía no es una tarea fácil en Polonia, con la consiguiente dificultad a la hora de hacer cualquier estudio del sector. Hay numerosas clasificaciones de los productos, que no son estrictamente comparables.

En general se va a usar la clasificación NACE (Nomenclatures des Activites de Communité Europeen), que es la más común. Según ésta, los productos objeto de este estudio son los siguientes:

Clasificación NACE	MATERIAS TEXTILES
1711	hilados de algodón
1712	hilados de lana
1714	hilados de lino
1716	hilos
1721	tejidos de algodón
1722	tejidos de lana
1724	Seda
1725	Resto de tejidos sin acabar
1740	tejidos acabados - excepto ropa
1751	alfombras
1754	Resto de tejidos acabados

Sin Embargo, en el estudio se van a incluir también datos de confección (manufacturas textiles) y cuero por la conveniencia de comparar estos subsectores y porque en ocasiones va a ser imposible obtener información desagregada.

Para el análisis del comercio exterior se va a usar como fuente el Centro de Información del Comercio Exterior (CIHZ).

Los datos de comercio exterior bilateral España - Polonia son de la Dirección General de Aduanas de España, usándose la clasificación según los capítulos del TARIC. Son objeto de este estudio los siguientes capítulos:

- 50: Seda
- 51: lana y pelo fino u ordinario, hilados y tejidos de crin
- 52: algodón
- 53: las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel
- 54: filamentos sintéticos o artificiales
- 55: fibras sintéticas o artificiales discontinuas
- 56: guata, fieltro y telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería
- 57: alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil

- 58: tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados
- 59: telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil
- 60: tejidos de punto

2.3. Estructura del mercado

En 1998 el total de empresas en el mercado textil polaco era de 51.002, repartidas entre:

- materias textiles 7.865 empresas - 15,4 % del total
- manufacturas textiles 30.949 empresas - 60,9 % del total
- cuero 12.068 empresas - 23,7 % del total

En base a la organización del mercado textil las 51.002 empresas se reparten de la siguiente forma:

- 40.825 (80 %) - son empresas registradas como actividad económica de las personas físicas.
- 10.177 (20 %) - son sociedades limitadas representadas por empresas estatales, privadas, cooperativas, fundaciones, asociaciones y organizaciones sociales. En este grupo pueden diferenciarse:
 - materias textiles 6.331 empresas - 62,2 %
 - manufacturas textiles 2.357 empresas - 23,2 %
 - cuero 1.489 empresas - 14,6 %

En el mercado textil polaco predomina la propiedad privada - 50.701 empresas, frente a 301 de propiedad pública que se reparten de la siguiente manera:

- materias textiles 128
- manufacturas textiles 120
- cuero 53

En base al número de empleados predominan en Polonia las empresas con menos de 5 trabajadores.

En 1998 había 1884 empresas con entre 5 y 50 trabajadores, 1299 con entre 50 y 250 trabajadores y 322 empresas con más de 250 trabajadores.

Tabla 2. Estructura de empleo por sectores en 1998

SECTOR	5- 50 trabajadores	50-250 trabajadores	> 250 trabajadores
Materias textiles	1.034	724	144
Manufacturas textiles	556	359	128
Cuero	294	216	50
TOTAL	1.884	1.299	322

Tabla 3. Estructura de la industria textil polaca por tipo de actividad económica.

Clasificación NACE		Num. de empresas	
		1995	1999
	MATERIAS TEXTILES		
1711	hilados de algodón	20	19
1712	hilados de lana	21	17
1714	hilados de lino	8	5
1716	hilos	3	4
1721	tejidos de algodón	35	29
1722	tejidos de lana	27	25
1724	seda	10	10
1725	resto de tejidos sin acabar	8	7
1740	tejidos acabados - excepto ropa	46	55
1751	alfombras	9	9
1754	resto de tejidos acabados	36	41
	MANUFACTURAS TEXTILES		
1760	materia textil de ligamiento tejido o crochet	25	27
1771	generos de punto	35	39
1772	pulovers y sueters de punto	25	25
1773	ropa y vestidos de punto	15	11
1774	ropa interior de punto	10	10
1810	ropa de cuero	10	8
1821	ropa de trabajo y de proteccion	95	112
1822	resto de ropa exterior	503	531
1823	ropa blanca	56	56
1824	resto de ropa y accesorios de ropa	30	19
	CUERO		
1910	curtido de pieles	33	28
1920	bolsos y talabarteria	27	29
1930	calzado	148	166

Datos referidos a empresas de más de 50 empleados

2.4. Características del mercado textil polaco

El destino más importante para la industria textil polaca siempre ha sido el mercado interno - a pesar de que las ventas al extranjero jugaban un papel importante en totalidad de resultados económico-financieros obtenidos por el sector en general y también dentro de toda exportación industrial polaca (13,8% en 1998)

Después de la notable caída de la producción en el año 1989 - lo que tuvo repercusiones en la disminución de las ventas en todos los sectores en los años 1990 -1991, a partir del año 1992 se recuperó el nivel de producción y de venta.

En los años 1993 - 1994 la dinámica del crecimiento y de las ventas de la industria textil era superior a la de la industria polaca en general.

A partir del año 1995 la industria textil polaca presenta unas cifras de producción y ventas inferiores a la de la industria en general. La excepción fue alta dinámica en el sector de cuero en 1996 - 112 % y las ventas superiores en el sector de tejidos registrado en los años 1997 y 1998.

Tabla 4. Dinámica de la producción vendida en la industria textil en los años 1994-1998. Año anterior 100%

	1994	1995	1996	1997	1998
INDUSTRIA LIGERA	112,1	109,7	108,3	111,5	104,8
materias textiles	114,6	99	102,8	106,9	97,3
manufacturas textiles	111	102,2	104,8	112,7	109,5
cuero	112,6	108,2	112,5	104,2	83,6

Según boletín estadístico de GUS 1998 (Oficina Principal de Estadísticas)

Las tendencias negativas en todos sectores se confirman en los años 1999 y 2000.

Las ventas del sector de tejidos caen desde enero de 1999. El sector de textiles cae desde el mes junio de 1998. El sector del cuero registra su caída continua desde el mes de diciembre de 1997.

De los datos obtenidos, las ventas han caído especialmente en los siguientes subsectores:

- hilados de lana - 3,4 % en 1996
- hilados de lino - 28,6 % en 1996 y 5,5 % en 1998
- tejidos - 19,2 % en 1996 y 26,5 % en 1997
- alfombras - 06 % en 1997 y 8,2 % en 1998

- géneros de punto - 13,9 en 1998
- ropa interior de punto - 17,9 % en 1998
- ropa de cuero - 18,9 % en 1996 y 15,5 % en 1998
- resto de ropa y accesorios de ropa - 8,7 % en 1997
- cuero - 11,4 % en 1998

El valor total de la producción vendida de la industria textil polaca ascendió a 11.944,7 millones de PLN en 1998.

La estructura de la producción vendida es la siguiente:

- materias textiles - 5.681,5 millones PLN = 47,6 % del total
- manufacturas textiles - 3.881,5 millones PLN= 32,5 % del total
- cuero - 2.381,5 millones PLN = 19,9 % del total

Dentro del sector de materias textiles predominan los productos de algodón y los productos derivados del algodón -23,8 %, géneros de punto y producción de medias - 17,5%, productos de lana y derivados de lana - 14,0 %, productos de seda y derivados - 6 %

Dentro del sector de manufacturas textiles predominan los vestidos - 51,1 %, forros y fundas 14,7%

Dentro del sector del cuero predominaba producción del calzado - 72,4 %

Tabla 5. Estructura de la producción vendida de la industria textil en 1998

POSICIONES	ESTRUCTURA EN %
TOTAL PRODUCTOS TEXTILES	100,0
Productos de algodón:	23,8
- tejidos de algodón y derivados acabados	12,4
Productos de lana:	14,0
- hilados de lana y derivados	6,2
- tejidos de lana y derivados	6,8
Productos de fibras de lino y cáñamo:	2,1
- hilados de lino y cáñamo	0,4
- telas de lino y cáñamo	1,4
Productos de seda:	6,5
- telas de seda y derivados	6,0
Producción de telas decorativas:	11,3
- alfombras	4,2
Productos de punto:	17,5
- vestidos	8,7
- ropa interior	3,7
- medias	3,9
TOTAL PRODUCTOS TEJIDOS	
- forros y tapas de tejidos	14,7
- vestidos	51,1
TOTAL PRODUCTOS DE CUERO	
- calzado en general	72,4
- con forro del cuero	42,3
- con forro textil a artificial	22,2

Fuente: GUS (Oficina Principal de Estadísticas)

2.5. Empleo de la industria textil polaca

El numero de empleados en la industria textil polaca en las empresas de más de 5 trabajadores alcanzaba a finales del año 1996 unos 448 mil trabajadores. A partir de entonces en todos sectores de la industria textil se observa una paulatina reducción del empleo.

En un principio estas tendencias se dejaron de ver en el sector de materias textiles propiamente, donde ya en el año 1996 el empleo ha caído un 7,4 %, y en los años siguientes 7 % en 1997, 9,3 % en 1998 y 9,6% en 1999. La tendencia a la baja sigue en el año 2000.

Ha caído también el empleo en sector del cuero. Después de una ligera reducción en los años 1996 -1997, se ha notado una caída de 9,2 % en 1998 y 8,5 % en 1999.

La situación de empleo en el sector de manufacturas textiles parece más estable en los años 1996 -1998 con una ligera caída en 1999.

Tabla 6. Numero de empleados en la industria textil polaca en los años 1996-1999. En miles de personas

POSICION	AÑO 1996	AÑO 1997	AÑO 1998	AÑO 1999
Total industria textil	448	432	417	389
sector materias textiles	234	232	232	221
sector manufacturas textiles	147	137	124	112
sector del cuero	67	67	61	56

Según boletines estadísticos de GUS (Oficina Principal de Estadísticas)

Hay que destacar que la mano de obra en Polonia esta bien cualificada y por termino medio tiene muchos años de experiencia.

La caída del empleo se explica por la reestructuración de la economía polaca en general y la crisis profunda de la industria textil en particular.

2.6. Remuneración de la industria textil polaca

El salario promedio en la industria textil polaca esta muy por debajo del salario del resto de los sectores de la economía nacional y también es muy inferior al salario del resto de sectores industriales en Polonia.

Tabla 7. El salario medio bruto en la industria textil polaca en los años 1998 - 1999. En PLN.

POSICION	AÑO 1998	AÑO 1999	Previsión 2000
industria en general	1.385	1.620	1.988
sector de materias textiles	839	966	1.150
sector manufacturas textiles	973	1.130	1.288
sector del cuero	797	925	1.055

Naturalmente los sueldos varían bastante dependiendo de tipo de producción y situación financiera de las empresas.

El nivel relativamente bajo de los salarios en la industria textil polaca es un reflejo claro de la crisis del sector y de una utilización excesiva de mano de obra en el mismo, aunque se trate de una mano de obra cualificada.

2.7. Cuadros globales de producción

A lo largo de los últimos años el volumen de la producción en toda la industria textil polaca ha experimentado varias fluctuaciones - pero la tendencia general es a la baja.

Para valorar mejor la producción actual de la industria textil polaca cabe mencionar que en la mayoría de las posiciones el nivel de la producción en 1998 no alcanzó los niveles registrados en 1990 sin mencionar la producción de los principios de los años 80 - época dorada de la industria textil en Polonia.

Tabla 8. La producción de la industria textil polaca 1996-1999

PRODUCTO	UNIDAD	1996	1997	1998	1999 (*)
hilado de algodón	miles toneladas	98,5	94,6	81,5	72,5
hilado de lana	miles toneladas	34,8	31,7	26,7	18,2
hilado de lino	miles toneladas	5,3	4,9	4,8	4,5
Tejidos de algodón	miles de Km	213,2	217,5	206,5	200,5
Tejidos de lana	miles de Km	32,1	31,7	29,1	27,1
Tejidos de seda	miles de Km	72,8	74,1	68,1	64,5
Tejidos de lino	miles de Km	11,1	10,9	8,6	6,5
Alfombras y moquetas	Km cuadrados	13,1	13,1	10,9	10,2
Resto de tejidos acabados	miles de Km	363,9	337,5	316,7	290,5
Medias	millones de pares	108,1	132,2	138,1	140,3
genero de punto	millones de unid.	116,2	118,1	132,9	138,2
1.vestidos	millones de unid.	46,2	48,7	52,1	53,1
2.ropa personal	millones de unid.	57,2	56,1	63,8	65,3
Productos textiles de vestidos y ropa	millones de unid.	84,6	82,2	86,1	82,4
calzado	millones de pares	62,7	64,2	57,8	52,8
1.con caña de cuero	millones de pares	24,1	24,6	22,9	20,1
2.con caña textil o sintetica	millones de pares	35,4	36,3	32,3	30,8
3.de goma o textil - goma	millones de pares	3,2	3,3	2,6	1,9

Clasificación NACE

(*) Previsiones

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Polonia (GUS).

2.8. Comercio exterior y competencia

La industria textil mantiene su posición significativa en la economía polaca y en el comercio exterior a pesar de los malos resultados obtenidos en los últimos años.

En el año 1998 la exportación de toda industria textil polaca ascendió a 3.694,9 millones de dólares norteamericanos - lo que supuso 13,09 % del total de exportaciones polacas. El mismo año la importación de la industria textil polaca supuso 4.291,7 % millones de USD y constituyo un 9,13 % del total de las importaciones polacas.

Una mayor importación que exportación sigue aumentando el saldo negativo del comercio exterior: causado principalmente por el sector de materias y productos textiles - 458,3 millones de dólares, y también por el sector de pieles y productos de cuero - 124,5 millones USD.

El rasgo característico del comercio exterior de toda industria textil polaca tanto en exportación como en importación es su clara orientación geográfica a países europeos - Unión Europea y países de la desaparecida URSS. Además Estados Unidos tiene una pequeña participación en la exportación y desde el punto de vista de las importaciones destaca el papel creciente de países como China, Corea, Turquía. El resto de países tiene una participación muy pequeña en el comercio exterior polaco. Pueden observarse las preferencias geográficas en la **Tabla 9**.

Tabla 9. Exportación e Importación polaca de materias y productos textiles por países en 1998

NR	PAIS	VALOR EN MILES DE USD		PARTICIPACION EN %	
		Exportacion	Importacion	Exportacion	Importacion
1.	ALEMANIA	1.670.413	943.432	53,12	26,18
2.	HOLANDA	252.627	212.151	8,03	5,89
3.	DINAMARCA	251.866	158.669	8,01	4,41
4.	FRANCIA	159.788	213.360	5,08	5,92
5.	ITALIA	117.643	513.666	3,74	14,26
6.	BELGICA	102.130	155.011	3,25	4,31
7.	GRAN BRETAÑA	86.714	80.372	2,76	2,23
8.	SUECIA	64.249	41.726	2,04	1,16
9.	RUSIA	52.911	12.702	1,68	0,35
10.	UCRANIA	42.370	6.014	1,35	0,17
11.	REPUBLICA CHECA	41.447	86.624	1,32	2,41
12.	EE.UU.	38.028	76.128	1,21	2,11
13.	LITUANIA	30.613	35.761	0,97	0,99
14.	AUSTRIA	29.165	42.460	0,93	1,18
15.	LETONIA	21.165	1.857	0,69	0,05
16.	BIELORRUSIA	20.147	31.069	0,64	0,86
17.	SUIZA	16.837	20.835	0,54	0,58
18.	ESLOVAQUIA	15.511	26.001	0,49	0,72
19.	ESTONIA	12.948	1.880	0,41	0,05
20.	HUNGRIA	11.451	23.054	0,36	0,64
24.	ESPAÑA	6.375	60.426	0,21	1,68

Según datos de Centro de Información de Comercio Exterior – CIHZ

Estos datos demuestran que para la industria textil polaca el comercio exterior con la Unión Europea juega el papel más importante, con la posición predominante de Alemania.

Sin duda en esta posición predominante influye la llamada fabricación de ennoblecimiento (del valor añadido - Veredellungsproducción en lengua alemana) debido a la relación ventajosa de costes de trabajo entre Polonia y Alemania. Sorprende positivamente la posición de Dinamarca y Holanda. Se mantienen intercambios con países de Europa Central y Europa del Este.

Por contra, negativamente sorprende la baja posición de muchas potencias mundiales - EE.UU., Canadá y también de España.

En el conjunto de las importaciones polacas, la posición más importante la ocupan las materias primas:

- algodón - 17,4% del total
- lana - 8,7% del total
- fibras químicas continuas y cortadas - 30,2% del total

En conjunto de las exportaciones predominan la ropa y los tejidos.

Con España, la relación comercial bilateral presenta las siguientes cifras:

POLONIA: EL SECTOR TEXTIL

SECTOR TEXTIL

EXPORTACIONES (IMPORTACIONES) ESPAÑOLAS A (DE) POLONIA

Miles de USD

Capítulos TARIC		1996	1997	1998	1999	Ene-ago 00
50 Seda	exportaciones	0	1	0	8	0
	importaciones	0	0	0	5	0
	saldo	0	1	0	3	0
51 Lana y pelo fino u ordinario, hilados y tejidos de crin	exportaciones	322	109	388	947	773
	importaciones	75	82	12	19	9
	saldo	247	27	376	928	764
52 Algodón	exportaciones	2.140	3.744	7.434	7.551	5.846
	importaciones	229	43	35	133	26
	saldo	1.911	3.701	7.399	7.418	5.820
53 Demás fibras textiles veget., hilados de papel y tejidos de hilados de papel	exportaciones	26	6	9	0	4
	importaciones	17	57	17	24	12
	saldo	9	-51	-8	-24	-8
54 Filamentos sintéticos o artificiales	exportaciones	291	1.538	2.867	2.397	1.374
	importaciones	286	182	401	829	2.196
	saldo	5	1.356	2.466	1.568	-822
55 Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	exportaciones	2.267	3.710	4.433	5.393	3.087
	importaciones	3.486	1.703	1.136	892	1.186
	saldo	-1.219	2.007	3.297	4.501	1.901
56 Guata, fieltro, telas sin tejer, hilados especiales, cordeles, cuerdas, etc	exportaciones	510	354	232	449	582
	importaciones	6	13	6	7	30
	saldo	504	341	226	442	552
57 alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles	exportaciones	18	21	16	185	54
	importaciones	1	0	0	3	0
	saldo	17	21	16	182	54
58 Tejidos especiales, superf. textiles con pelo insertado, encajes, etc	exportaciones	94	247	297	222	221
	importaciones	558	979	925	1.060	578
	saldo	-464	-732	-628	-838	-357
59 Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados, etc	exportaciones	10.002	10.409	9.460	7.260	4.504
	importaciones	16	54	7	3.513	3.349
	saldo	9.986	10.355	9.453	3.747	1.155
60 Tejidos de punto.	exportaciones	3.440	4.195	3.178	3.027	2.196
	importaciones	9	12	21	75	135
	saldo	3.431	4.183	3.157	2.952	2.061
Total 50 a 60 MATERIAS TEXTILES	exportaciones	19.110	24.334	28.314	27.439	18.641
	importaciones	4.683	3.125	2.560	6.560	7.521
	saldo	14.427	21.209	25.754	20.879	11.120

Polonia importa las materias primas de los siguientes países:

POSICION	PAÍS	VALOR EN MILES DE \$ USD
Algodón	Uzbekistan	105.151
	EE.UU.	6.389
	Kazachstan	5.824
	Tadjikistan	5.495
	Grecia	3.409
Lana	Alemania	30.875
	Australia	13.040
	Francia	11.368
	Gran Bretaña	7.835
	Italia	6.853
Fibras químicas/sintet.	Alemania	21.086
	Bielorrusia	14.805
	EE.UU.	12.473
	Hungría	10.169
	Gran Bretaña	9.782
	Italia	8.162

El volumen de importación de fibras naturales esta determinado por las necesidades de la producción textil interna ya que Polonia no dispone de materias primas propias.

La importación de fibras sintéticas y químicas es consecuencia de la calidad insuficiente de producción propia. La industria química polaca requiere una modernización para hacer frente a la competencia extranjera en cuanto a la calidad, variedad y precios.

El problema de la importación polaca de tejidos es más complejo. La industria tiene el potencial productivo adecuado y puede ofrecer productos de calidad. Sin embargo, estos productos no pueden competir en precios con la Unión Europea puesto que el rendimiento del trabajo en Polonia es hasta 6 veces inferiores que en los países occidentales. Por otra parte, la importación de países asiáticos es mucho más barata que la de Unión Europea. Como consecuencia, la importación de telas en el mercado polaco sobrepasa con creces la producción propia del país. Esto se refiere sobre todo a las telas de fibras químicas y de algodón.

Por países los datos de importación de tejidos de fibras químicas se recoge en la **Tabla 10**.

Tabla 10. Importación polaca de tejidos de fibras químicas. Por países en miles de \$ USD

NR	PAIS	IMPORTACION EN MILES DE \$
1.	ALEMANIA	277.393
2.	ITALIA	58.881
3.	COREA DEL SUR	57.662
4.	FRANCIA	46.425
5.	HOLANDA	24.449
6.	DINAMARCA	32.754
7.	TAIWAN	31.242
8.	BELGICA	29.747
9.	GRAN BRETAÑA	10.786
10.	JAPON	9.586

Datos aprox. de 1997

El nivel real de importación es mucho más alto por la importación privada y el contrabando no registrado por estadísticas. Este problema fue investigado el año pasado por la Cámara de Industria Textil Polaca y a su vez por encargo de los fabricantes nacionales por Instituto de Coyunturas y Precios Polaco.

Como consecuencia de ello se adoptaron medidas de protección del mercado polaco ante la importación ilegal de Corea del Sur y Taiwan.

La exportación polaca de tejidos de fibras químicas es hasta 11 - veces inferior a la importación y se reparte entre los países según la **Tabla 11**.

Tabla 11. Exportación polaca de tejidos de fibras químicas. Por países en miles de \$ USD

NR	PAIS	EXPORTACION EN MILES DE \$
1.	ALEMANIA	18.509
2.	ESTONIA	5.039
3.	BIELORRUSIA	4.321
4.	UCRANIA	4.299
5.	LETONIA	3.270
6.	REPUBLICA CHECA	3.091
7.	RUSIA	2.860
8.	HUNGRIA	2.442
9.	EE.UU.	2.197
10.	LITUANIA	1.786

Datos aprox. De 1997

Estos datos son aproximados por existir exportaciones no contabilizadas en las estadísticas. Se estima que entre el 25 y 30 % de la producción polaca se esta exportando sin poder ser contabilizada a mercados rusos en forma del comercio fronterizo.

Mucho mejor parece la situación en el comercio exterior respecto a la producción de vestidos y ropa en general. Es muy relevante cuantitativamente el valor añadido incorporado a la confección. Polonia, por su situación geográfica, mano de obra cualificada y su potencial productivo bastante moderno en este sector, es un partner muy interesante para los países occidentales sobre todo Alemania (firmas : Prochnik, Polcotex, Modena, Vistula)

Las tendencias positivas que se observan en el comercio de tejidos en Polonia son :

- desarrollo del mercado interno polaco y la creciente demanda interna
- mejoras en el potencial productivo
- aumento de la competencia polaca en el mercado interno por calidad, diseño, preferencias del consumidor a la producción nacional, limitación de la importación ilegal.
- crecimiento paulatino de la productividad de trabajo como resultado de reestructuración técnica y organizativa
- disminución de los costes de producción
- trabajos de promoción y publicidad

La **tabla 12** recoge la importación por grupos más importantes en el comercio textil polaco.

Tabla 12 El valor de la importación de materias y productos textiles en los años 1996 -1998

POSICION	VALOR DE IMPORTACION EN MILES DE E \$ USD		
	1996	1997	1998
algodón	582.404	561.118	578.885
lana y derivados	265.241	280.345	275.413
seda	6.242	6.296	6.308
otras fibras textiles naturales	28.544	31.582	36.859
fibras químicas continuas	398.149	414.217	510.009
fibras químicas cortadas	573.526	563.739	637.033
guatas, fieltros, fibras, hilados especiales	150.195	150.780	153.139
alfombras, moquetas y otros	64.877	79.603	94.868
tejidos especiales	93.551	98.055	111.808
materias textiles	213.517	235.760	271.014
genero de punto	187.510	202.898	222.312
vestidos y accesorios de genero de punto	175.663	187.694	232.912
otros vestidos y accesorios	233.756	274.597	310.339
otros articulos textiles usados - ropa, trapos etc.	135.428	145.973	162.235
TOTAL	3.108.605	3.232.660	3.603.138

Fuente: CIHZ (Centro de Información de Comercio Exterior)

El cuadro de exportaciones se recoge en la **Tabla 13**.

Tabla 13. El valor de la exportación de materias y productos textiles en los años 1996 - 1998

POSICION	VALOR DE EXPORTACION EN MILES DE \$ USD		
	1996	1997	1998
algodón	23.419	27.816	27.064
lana y derivados	70.017	88.450	87.032
seda	201	178	197
otras fibras textiles naturales	20.955	22.467	22.412
fibras químicas continuas	49.079	78.275	112.727
fibras químicas cortadas	69.730	82.905	67.094
guatas, fieltros, fibras, hilados especiales	18.881	28.079	32.368
alfombras, moquetas y otros	15.611	19.128	22.174
tejidos especiales	12.373	14.693	15.883
materias textiles	21.487	25.806	30.148
genero de punto	57.554	59.491	67.903
vestidos y accesorios de genero de punto	400.012	384.536	418.270
otros vestidos y accesorios	1.928.357	1.791.498	1.923.345
otros articulos textiles usados - ropa, trapos etc	246.027	257.337	318.205
TOTAL	2.933.700	2.880.657	3.144.824

Fuente: CIHZ (Centro de Información de Comercio Exterior)

Según los primeros cálculos de especialistas las exportaciones de la industria textil polaca en el año 1999 alcanzaron en dólares norteamericanos los siguientes niveles :

- vestidos2.086 millones de \$
- tejidos..... 124 millones de \$
- productos de género de punto y medias450 millones de \$
- tejidos de punto.....60 millones de \$
- calzado y productos del cuero.....295 millones de \$

La situación general del comercio exterior polaco de productos de la industria textil esta caracterizada por los siguientes aspectos:

1. El comercio exterior por una parte esta fuertemente concentrado en países de la Unión Europea y por otra parte esta muy atomizado geográficamente con ligera ventaja de los demás países europeos.

Las posibilidades existentes del comercio con Rusia no están aprovechadas del todo en los últimos años debido a la crisis en Rusia y la competencia oriental.

2. Polonia es el socio comercial más grande de Unión Europea entre los países de Europa Central y del Este, aunque compiten con ella otros países como Rumania, Hungría o República Checa.

3. La industria textil polaca es mucho más competitiva en el mercado interno que en los mercados extranjeros. Esto es el resultado de un mejor conocimiento de las necesidades de la población polaca, tareas de marketing y publicidad que realizan firmas polacas y también de las preferencias de los consumidores polacos. La producción propia satisface más de 70 % de las necesidades del país.

4. La cuestión vital para la supervivencia de la industria textil polaca es la lucha contra la competencia e importación ilegal de los países del Lejano Oriente, la falsificación fiscal y el contrabando. En este sentido se adopto una serie de medidas por parte de la administración aduanera polaca :

- la aduana ha intensificado el control fronterizo
- se doblo la supervisión interna aprovechando la base de análisis de riesgos
- aumento el numero de controles por sorpresa en almacenes y bazares
- se estrecho la colaboración entre aduana polaca y hacienda
- se crearon sucursales del Laboratorio Aduanero Central y otros laboratorios aduaneros especializados en los productos textiles
- se firmaron acuerdos aduaneros internacionales con países asiáticos respecto a la verificación de las facturas
- se prepararon tablas de valores aproximados de productos textiles y del cuero para detectar los casos drásticos de facturas con precios de mercancías muy por debajo del coste real.

5. Además de la protección del mercado interno polaco es mucho más importante el esfuerzo de modernización tecnológica de la industria polaca y el fomento de las exportaciones.

6. El sector se está viendo muy condicionado por la competencia creciente de parte de países asiáticos como China, Corea del Sur, Taiwan, Vietnam , Tailandia, Paquistán, Indonesia. Los países del Lejano Oriente compiten con su mano de obra muy barata y constituyen una verdadera amenaza para varios sectores de la industria textil polaca. Lo mismo pasa en la Unión Europea.

La competencia de países europeos como Rusia, Bielorusia, Ucrania, Rumania, Hungría y República Checa no es tan amenazante. Los países de la desaparecida Unión Soviética están en crisis profunda y su bajo nivel tecnológico no constituye una competencia real para Polonia. El coste de mano de obra más bajo que en Polonia no es en este caso decisivo. Esto se refleja en que la producción en estos países cayó en 1999, mientras que Polonia registro un aumento significativo de un 10 %.

De los demás países europeos solo Turquía ha invertido mucho en la industria textil y su posición como competidora en los mercados europeos esta creciendo. Polonia ha firmado Turquía en octubre de 1999 un acuerdo de libre comercio, pero en materia textil Polonia tiene asegurada la protección arancelaria hasta el año 2001 y 2002 dependiendo del tipo de productos.

De los países de la Unión Europea solo Italia y tal vez parcialmente España tienen el potencial productivo capaz de competir en mercados extranjeros. Los otros países de la Unión Europea han reducido sus ambiciones a sus respectivos mercados internos.

2.9. Resultados financieros y rentabilidad

El estado actual de la industria textil polaca tiene su reflejo en los resultados financieros de todos los subsectores.

El resultado financiero bruto en toda la industria textil ascendió a 148,9 millones de PLN en 1998, lo que supuso un 70 % menos que en el ejercicio del año 1997 y un 250 % menos que en el año 1997.

El resultado financiero bruto 1998 es la diferencia entre las ganancias brutas - 821,5 millones de PLN y las pérdidas brutas en una parte de empresas - 672,6 millones de PLN. Las pérdidas del año 1998 crecieron casi un 30 % respecto al año 1997.

El sector de tejidos ha cerrado el año 1998 con un resultado financiero bruto de 269,4 millones de PLN y este resultado fue superior en 3 % al del año 1997. Las empresas de este sector obtuvieron en 1998 ganancias por un total de 392,7 millones de PLN (aumento de un 1 % frente a 1997) con pérdidas de 123,3 millones de PLN.

Los relativamente buenos resultados financieros del sector de tejidos han sido en 1998 nivelados por malos resultados de los sectores textil y del cuero.

El sector textil en 1998 ha experimentado un resultado financiero bruto negativo.

Las ganancias fueron sólo de 237,4 millones de PLN. En cuanto las pérdidas alcanzaron un total de 388,3 millones de PLN. En el año 1996 el sector indicaba todavía altas ganancias de 244,2 millones, pero los años siguientes han traído un empeoramiento significativo de ganancias con un crecimiento de las pérdidas.

El sector del cuero también ha mostrado un resultado financiero negativo en 1998 por un total de - 53,7 millones de PLN. Las ganancias en total disminuyeron un 40 % frente a 1997 y las pérdidas aumentaron un 33 % en relación con 1997. Aun en 1996 el sector indicaba un nivel de ganancias de 186,5 millones de PLN con las pérdidas de 77,9 millones.

En los malos resultados financieros totales de la industria textil polaca en 1998 influyo el resultado negativo de las ventas de productos - en total 348 millones de PLN - lo que supuso una caída de 35,5 % frente a 1997.

Sólo el sector de tejidos ha notado una ligera subida del 2,3 % comparado con el año anterior y en 1998 ascendió a 288,2 millones de PLN. El sector textil tuvo en 1998 unas ventas un 42,3 % inferiores al año anterior. El sector del cuero reflejo en 1998 una caída de ventas impresionante con un resultado negativo de 6,5 millones de ZL.

Por otro lado las empresas de todos sectores de la industria textil polaca han tenido a lo largo del año 1998 altas pérdidas en las operaciones financieras.

Datos más detallados del resultado financiero bruto de la industria textil polaca se recogen en la **Tabla 14**.

Tabla 14. Componentes del resultado financiero bruto de la industria textil en 1996 -1998 en millones de ZL

POSICION	AÑO	COMPONENTES DEL RESULTADO FINANCIERO BRUTO				BRUTO
		LA VENTA	ACT.OPER.	ACT.ECON.	SALDO	
INDUSTRIA TEXTIL TOTAL	1996	481,7	555,2	164,6	358,7	523,2
	1997	540,1	696,9	289,5	117,9	467,4
	1998	348,1	476,6	61,2	87,8	149,1
	1997:1996	112,1	125,5	175,9	32,9	89,3
	1998:1997	64,4	68,4	21,1	49,4	31,9
SECTOR TEXTIL TOTAL	1996	146,9	133,9	-60,4	304,6	244,2
	1997	156,4	254,3	23,5	129,4	152,9
	1998	66,2	99,8	-134,7	67,9	-66,7
	1997:1996	106,5	189,9	-38,7	42,5	62,6
	1998:1997	42,3	39,2	-572,6	52,5	X
SECTOR TEJIDOS	1996	206,4	222,4	160,1	10,5	170,5
	1997	281,8	333,1	251,8	8,5	260,3
	1998	288,2	363,4	263,5	5,9	269,4
	1997:1996	136,5	112,5	107,7	80,9	152,7
	1998:1997	102,3	109,1	104,7	69,1	103,5
SECTOR DEL CUERO	1996	128,4	125,2	64,9	43,6	108,5
	1997	101,8	109,5	14,1	40,1	54,1
	1998	-6,5	13,4	-67,7	14,1	-53,7
	1997:1996	79,3	87,5	21,7	91,8	49,4
	1998:1997	-6,3	12,2	-479,1	35,1	X

Según GUS F-01(Oficina Principal de Estadísticas)

Las cargas financieras obligatorias del resultado financiero en la industria textil polaca en 1998 ascendieron a 236,4 millones de ZL y comparado con 1997 disminuyeron en 20 %. En el sector de tejidos se mantuvo el nivel de 1997 y en los sectores textil y del cuero, las cargas bajaron 33,5% y 32,7% respectivamente.

El resultado financiero neto en la industria textil polaca en 1998 ha sido negativo - 87,4 millones de ZL, en que contribuyeron:

- ganancia neta : 588,3 millones de ZL (16,3% menos que en 1997)
- perdida neta : 675,7 millones de ZL (27,7% más que en 1997)

Solo el sector de tejidos ha cerrado la balanza de 1998 con un resultado positivo de 147,5 millones de ZL - 6,5% más que en 1997.

Los sectores textil y del cuero anotaron un resultado financiero negativo de - 151,8 y - 81,0 millones de ZL respectivamente. Por comparación a 1996 todos los sectores de la industria textil polaca cerraban la balanza con resultados positivos.

Para 1999 se prevé un resultado financiero neto negativo de unos 140 millones ZL.

Los resultados financieros del 1998 y pronósticos para 1999 demuestran una situación muy mala en muchas firmas del sector textil en Polonia especialmente en:

- preparación y tejeduría de hilados de lana
- tejeduría de otras materias
- producción de alfombras y moquetas

- preparación y tejeduría de hilados de lino
- tejeduría de productos de seda
- producción de género de punto

En el sector de tejidos se notan problemas en las firmas especializadas en la producción de vestidos de piel - caída de 26,7%.

Las firmas que producen ropa y los vestidos de calle, ropa interior, y otros tipos de vestidos y accesorios reflejan una tendencia de subida de resultados netos positivos a partir de 1996 (41,3% en 1996, 20,8% en 1997 y 29,6% en 1998).

En el sector del cuero en el año 1998 todas clases de la producción han tenido resultados neto negativos.

El índice de rentabilidad de la circulación bruta de la industria textil en 1998 ha sido positiva 1,0 % pero solo gracias al sector de tejidos - 4,7% en 1998 (5,2 % en 1997).

Eso significa una clara caída de rentabilidad de la industria textil polaca comparada con los índices de los años anteriores: 3,1% en 1997 y 3,2% en 1996.

En 1998 el índice de la rentabilidad neta se observa solo en el sector de tejidos con un 2,6%.

2.10. Causas de la crisis en la industria textil polaca

Periodo 1989 - 1991

Como resultado de la reorientación de la economía nacional a la economía de mercado, la industria textil polaca ha sufrido una caída brusca en los primeros años de transformación - 1990 - 1991.

La estructura estatal de muchas empresas era un obstáculo fundamental. Eran firmas enormes, no especializadas, con empleo elevado, viejas tecnologías de la fabricación y gestión poco moderna.

Muchas firmas tuvieron que cerrar y se redujo drásticamente el empleo.

Como resultado de la apertura de la economía polaca ha crecido drásticamente la importación de productos textiles.

Una dura política financiera por parte de las autoridades polacas causo un aumento de los costes de crédito interno y la caída de la demanda interna.

En este periodo tuvo lugar una recesión en el ámbito internacional, al igual que en Rusia - lo que redujo drásticamente las exportaciones polacas - hasta un 50 % .

Periodo 1992 - 1996

En este periodo se notaba una paulatina recuperación de la industria textil polaca, gracias a la mejor adaptación a las necesidades y requisitos del mercado y la reactivación del intercambio comercial con los mercados rusos.

En estos años se detuvo la recesión e incluso aumento la producción de las firmas polacas y mejoro su situación financiera.

Surgieron muchas firmas pequeñas privadas en base de los viejos dinosaurios estatales.

Se desarrollo la exportación en forma de la fabricación de ennoblecimiento (trabajo del valor añadida por encargo de firmas extranjeras).

Periodo 1997 - 1999

El año 1997 llevo consigo las primeras limitaciones de la producción y empeoramiento de la situación financiera de las firmas.

En el año 1998 se agravo la situación, especialmente después de la fatal decisión de introducir los visados para los comerciantes del Este de Europa - lo que ha causado una impresionante caída del comercio fronterizo y las dificultades consecutivas de muchas firmas especializadas en la producción para los mercados de la extinta Unión Soviética.

Después llevo la crisis asiática y una crisis profunda en Rusia.

Como resultado en Polonia han caído la producción y las ventas.

La solvencia financiera insuficiente de las firmas condujo a muchas quiebras.

A todo esto se añadió poca competitividad de la producción polaca frente al extranjero a pesar de tener un coste de mano de obra muy inferior al de la Unión Europea.

El problema grave para muchas firmas fue la falta de medios financieros para la modernización de la producción y el aumento de la competitividad.

Teniendo en cuenta el alto grado de la descapitalización del potencial productivo de las empresas, los medios necesarios para la modernización e inversiones sobrepasan las posibilidades de la mayoría de las firmas donde se necesita un cambio de parque de máquinas y adaptación a las nuevas tecnologías.

Las necesidades reales se valoran en 2 mil millones de USD.

La financiación externa es limitada, no existe crédito barato en Polonia.

Todo esto causa una limitación importante en la flexibilidad de la producción polaca y el retraso en la elaboración de tejidos de nuevas generaciones.

Faltan medios para los trabajos de ID (investigación + desarrollo)

Una mala gestión de firmas e insuficiente esfuerzo promocional (marketing y publicidad) también contribuyen a la crisis.

La distribución de los productos a través de redes propias por falta de redes especializadas sube los gastos generales.

Ha caído la demanda en el mercado interno como consecuencia del empobrecimiento de la sociedad polaca.

Se redujeron también los pedidos de parte del gobierno e instituciones estatales.

Otro problema es el alto nivel de importación de productos textiles y del calzado generalmente de China, Corea del Sur, Vietnam, Tailandia, Taiwan y Turquía.

Productos de estos países se traen a menudo ilegalmente o con precios falsos para no pagar aduana y VAT (IVA en España).

Los niveles anuales de la importación son de 100 millones de pares de zapatos y 400 mil metros de telas aproximadamente.

Los importadores disponen de facturas dobles, falsifican la cantidad de la mercancía importada, su clasificación y la calidad.

La competencia masiva de productos baratos y de buena calidad por parte de los países asiáticos es perjudicial para varios sectores de la industria textil de Polonia al igual que para la Unión Europea y América.

La oferta en el mercado polaco esta aumentada artificialmente por la importación de ropa y productos textiles usados. Unas 70 firmas polacas se dedican a la importación de esta clase de producto tratado como materia prima secundaria libre de arancel lo que perjudica a muchas fabricas polacas.

Las concesiones para esta actividad económica se otorgaban de manera poco controlada y, en consecuencia, la importación ascendió a 80 mil toneladas anuales.

Otra causa de crisis es la falta de expansión al extranjero, la perdida de varios mercados polacos tradicionalmente de exportación como mercados del Este, falta de promoción del país e incorrecto funcionamiento de las instituciones responsables.

Una fuerte competencia en el mercado interno polaco conduce a la simple competencia de precios a veces por debajo de los costes para ganar la batalla del mercado - lo que agrava la condición financiera de las firmas.

La producción ilegal y clandestina de tejidos y otros productos textiles es una realidad en Polonia pero es difícil de estimar su nivel.

La estrategia macroeconómica del gobierno polaco no ayuda a las empresas textiles en Polonia. El mecanismo de tasas de intereses ha causado una barrera de acceso a los créditos. La apreciación del ZLOTY polaco frente a las monedas extranjeras ha frenado las exportaciones y ha acelerado las importaciones.

Otras causas de la crisis en la industria textil polaca son las siguientes :

- el endeudamiento de las empresas a favor de hacienda y la seguridad social
- nuevos impuestos para las firmas que empleaban minusvalidos
- subida de precios de la energía eléctrica, agua, gas, gasolina y gasóleo
- falta de certificación e identificación adecuada de los productos importados
- largos procedimientos aduaneros y burocráticos
- falta de la legislación proteccionista y auxiliar
- insuficientes inversiones extranjeras

Generalmente los trabajadores, expertos y especialistas de la industria textil polaca valoran muy mal el papel del estado en los últimos años.

A finales del año pasado el Ministerio de la Economía ha elaborado un documento llamado " La estrategia para la industria textil polaca para los años 2000 -2002 ".

El documento llegó tarde y su contenido es poco prometedor.

Generalmente la opinión de los especialistas del sector, de la Asociación de los Trabajadores de La Industria Textil Polaca, de la Cámara Polaca de la Industria Textil, de la prestigiosa Cámara de Lana y Algodón u otras instituciones es muy critica en relación con la postura extremadamente pasiva del gobierno polaco.

Este ha prometido elaborar nuevamente una estrategia y se esperan importantes cambios en esta a lo largo del año 2000 - otro año crisis.

3.0 Distribución

3.1. Características del mercado de la distribución

Polonia entra en una fase de grandes cambios en la distribución de productos textiles.

Los viejos canales de distribución de la época socialista - grandes redes de distribución estatales como OTEX, Samopomoc Chlopska, Textilzbyt, ya no existen.

En los años 90 surgieron miles de empresas de distribución privadas en forma de tiendas y almacenes de la venta al por mayor .

Según datos estadísticos en Polonia actuaban en 1999 alrededor de 34 mil de establecimientos de este tipo, la mayoría firmas privadas, pequeñas y familiares.

Los cálculos aproximados indican que el 70 % de las ventas polacas pasaban por este tipo de distribución en 1997 y más del 60 % en 1998 con tendencia a la baja.

Actualmente se observa un fuerte proceso de consolidación de la red de distribución en Polonia. Eso se refiere especialmente al sector de ropa y tejidos.

Igual que en otros mercados de productos de amplio consumo también en el comercio de productos textiles y tejidos acabados se nota una importante expansión de super e hipermercados.

La tendencia es clara y en la mayoría de las grandes ciudades de Polonia se están construyendo docenas de supermercados de varias cadenas internacionales.

El tamaño del mercado de la distribución en Polonia es difícil de estimar debido a la falta de la información fiable. No hay estudios de mercado en esta materia.

Problemas similares tienen varios países europeos como Portugal, Dinamarca y también España.

En Polonia nadie se ocupa de investigar el mercado del sector de tejidos, ropa y vestidos en general - lo que dificulta mucho la determinación del tamaño del mercado.

A esto hay que añadir la importación ilegal y la producción sumergida polaca que en el caso de tejidos y ropa es importante.

Generalmente se valora el tamaño del mercado polaco de ropa y tejidos en 12 - 13 mil millones de ZL anualmente (MAS DE 4 MIL MILLONES DE \$ USD)

3.2. Esquema de la distribución por porcentajes

En Polonia no abundan por el momento las tiendas especializadas en productos de moda. Las redes de distribución de este tipo interceptan solo un 5 % de mercado.

Los super y hipermercados tienen una participación actual limitada pero con una clara tendencia al crecimiento - siendo poco a poco el lugar habitual de compras de ropa y productos tejidos y aprovechando las compras de alimentos.

En grandes ciudades cambia el paisaje de la distribución muy rápidamente.

Los clientes polacos prefieren cada vez más las redes de distribución especializadas y esto encuentra su reflejo en un cambio de la distribución.

En los próximos 3-4 años va a aumentar la importancia de estas redes de distribución a costa de los mercados y bazares tradicionales.

Los bazares tienen detrás de si años de gloria y prosperidad y lo demuestran los resultados del año pasado.

Además el cliente polaco cambia de preferencias y exige cada vez más productos de calidad y productos de marcas originales en lugar de buscar una oferta barata. Los modernos centros de distribución interceptan el papel de los bazares.

En estos centros comerciales una gran parte de las superficies alquiladas son ocupadas por tiendas con ropa de marca, tejidos de calidad y accesorios de todo tipo.

Es un canal de distribución cada vez más importante para las fabricas textiles - lo que anima positivamente el desarrollo del mercado.

La existencia de una red de distribución moderna en Polonia ha despertado el interés de las cadenas de distribución extranjeras que ofrecen las conocidas marcas de calidad.

Algunas cadenas invierten ya en la creación de su propia red de distribución en Polonia, otras investigan las posibilidades y tienen previsto entrar en los próximos años para no perder el tren de la competencia.

Para los años 2001 - 2002 se espera un fuerte aumento de la presencia y la competencia extranjera en el mercado de la distribución de los productos de la industria textil en general y de los productos de vestir en particular.

Se estima que después del año 2003 será difícil colocarse bien en Polonia y coger la parte del mercado textil polaco.

Los grandes distribuidores polacos también tratan de aprovechar el tiempo para crear sus propias redes de distribución como por ejemplo DTC - Domy Towarowe Centrum, Galerias Centrum, Universal, Moda Polska, Domy Mody.

Lo mismo hacen las fabricas polacas.

Los fabricantes y los diseñadores de ropa y productos de moda crean tiendas propias muy especializadas.

De las firmas más conocidas en el mercado polaco destacan ROYAL COLECCION, YOUNG, TROLL, TELIMENA, CORA, PROCHNIK, BYTOM, VISTULA, WOLCZANKA.

Se valora aproximadamente que los centros modernos de distribución de productos de la industria textil polaca van a comercializar entre un 62 - 65 % del total de mercancías en los próximos 2-3 años.

Tabla 15. Esquema de la distribución por porcentaje en los años 1998 -2001. En millones de Zl polaco.

TIPO DE DISTRIBUCION	Cuota del mercado en millones de ZLOTY polaco			
	1998	% del total	2001	% del total
DETALLISTAS INDEPENDIENTES	6.200	62	4.600	35
REDES ESPECIALIZADAS,HIPERMERCADOS	500	5	3.700	28
TIENDAS Y ALMACENES	1.200	12	2.600	20
VENTA POR CATALOGO, CORREO, INTERNET	100	1	650	5
BAZARES Y OTROS TRADICIONALES	2.000	20	1.600	12
TOTAL	10.000		13.150	

Según cálculos aproximados de CAL (consultoría de mercado CAL Company Assistance)

Canales de distribución alternativos como la venta por catálogos, por televisión, por Internet van a jugar un papel cada vez más importante en Polonia.

Las experiencias de otros países indican que estos canales de distribución tienen un alto porcentaje del mercado.

Resumiendo, el mercado polaco de distribución de productos de vestir y de moda esta en reestructuración y se hace cada año más atractivo.

Los próximos años se van a caracterizar por una lucha por la participación en el mercado por parte de las firmas polacas y extranjeras.

La competencia creciente consolidara el mercado polaco de distribución, eliminara los agentes e intermediarios, las firmas pequeñas y dejara solo las redes, consorcios y grupos de producción más fuertes.

3.3. Costumbres comerciales

Polonia es un país de tradición, cultura y también costumbres comerciales europeas.

Polonia tiende a la Unión Europea y su legislación comercial esta prácticamente europeizada. En todos aspectos comerciales obliga el código comercial y en los temas de comercio exterior los acuerdos internacionales y los INCOTERMS 90.

Los INCOTERMS más usados son: FOB y CIF - en el comercio marítimo y EXW, CPT, CIP, DDP - en el comercio terrestre.

Los plazos de aceptación de pedidos y de las ofertas - son normalmente de un mes si las partes no acuerdan otra cosa por escrito. En la practica a.s.a.p. - cuanto antes mejor.

Plazo de contestación a las cartas comerciales - con la mayor brevedad posible y en un plazo máximo de dos semanas.

Los modernos medios de comunicación exigen rapidez y seriedad en este aspecto.

Toda transacción internacional suele documentarse por escrito mediante un contrato.

Los acuerdos verbales solamente se utilizan en los casos en que las partes se conocen desde hace mucho tiempo y reina una gran confianza entre ellas.

Se aconseja tener por escrito todo lo acordado para evitar problemas que puedan surgir en caso de litigio, reclamaciones, cambio de plazos de entrega y del pago etc.

La definición del objeto del contrato debe ser precisa, clara y exhaustiva.

Se pueden anexar al contrato los catálogos de productos en cuestión y las muestras de calidad. Los tamaños y calidades deben estar perfectamente estipulados, así como la forma de presentación de la mercancía y un embalaje adecuado para la forma del transporte escogida.

Las cláusulas del contrato deben detallar las estipulaciones de las partes de forma ordenada y coherente.

En la cabecera del contrato en la primera hoja es habitual expresar si se trata de un contrato de compraventa, de distribución, de transferencia de tecnología o de otro tipo.

El pago se efectúa mediante bancos en forma de L/C o transferencia documentaría.

Es habitual formalizar el contrato por escrito en lengua polaca y en ingles.

Otros idiomas en uso en Polonia: ruso, alemán, menos francés y español.

El transporte de mercancías depende de la localización geográfica y del tipo de mercancía. La mayor ventaja del transporte por carretera en comparación con otros medios de transporte es su rapidez y el acceso a cualquier destino final.

La competencia de precios en los servicios de transporte por carretera es muy fuerte y hay que buscar la oferta más barata y el tipo del camión más idóneo para la mercancía - se pueden contratar camiones enteros o grupajes.

Polonia ha firmado los convenios de CMR y TIR.

Es muy aconsejable para las firmas que entran por la primera vez en Polonia seguir los consejos de las instituciones españolas responsables y de profesionales polacos que conocen el mercado con mayor profundidad y dominan la mentalidad local.

4.0 Comercialización

4.1. Producto

El éxito en el mercado textil y especialmente en el mercado de ropa, tejidos, calzado y otros productos textiles acabados dependen de la calidad de producto, la tecnología adoptada pero también del diseño, la oferta comercial puntual, promoción, publicidad, marketing, ferias, exposiciones, conocimiento del mercado, costumbres del cliente y moda en general.

El mercado de tejidos y de ropa acabada polaco entra en una fase de profundos cambios en la producción, distribución, promoción, consolidación y especialización. La moda mundial cambia rápidamente y el mercado polaco sigue tendencias nuevas.

El buen producto, la buena oferta comercial y el conocimiento del cliente polaco son las garantías del éxito.

El profundo conocimiento de los hábitos comerciales en Polonia requiere mucho tiempo y estudios del mercado.

Desdichadamente no existe el análisis de unas características universales que defina al cliente polaco, sus costumbres, hábitos, preferencias y necesidades.

Cada firma que actúa en el mercado polaco tiene sus propias experiencias y sus estrategias para conquistar al cliente o contratar los servicios de profesionales: firmas consultoras, especialistas de moda, especialistas de marketing, sociólogos y psicólogos en caso necesario.

La información sobre hábitos comerciales actuales y de futuro, sobre esperanzas del mercado, sobre tendencias de moda acerca de diseños, colores, previsión por donde se va a mover la demanda, para quien y para cuando preparar la oferta y finalmente por que canal de distribución vender - todo esto es la información que supone más costes y en términos generales significa la supervivencia o quiebra de empresas.

Naturalmente hay firmas especializadas (como RISC suizo o TEXTILWIRTSCHAFT alemán) en los estudios de los hábitos de clientes aunque lo hacen por encargo.

Por otro lado, cabe mencionar que los hábitos de consumo de los clientes polacos se hacen cada vez más parecidos a los europeos. Existen los gustos europeos y se siguen tendencias de moda europea.

Los clientes polacos suelen comprar cada vez más en tiendas especializadas y en grandes supermercados, apuestan por la marca, calidad y buena atención al cliente. Los jóvenes gastan más que los jubilados y las mujeres más que los hombres, se gasta mucho en niños de todas las edades.

Hay hábitos comerciales que no se pueden clasificar tan fácilmente.

Es difícil opinar sobre el tiempo promedio dedicado a las compras, su frecuencia, rebajas y promociones especiales.

Todo varia dependiendo de la educación, lugar y tiempo.

Lo que, sin duda, marca una diferencia, es el nivel del poder adquisitivo en Polonia.

En Polonia cambia la industria, cambia el mercado, cambia la distribución y también cambia el cliente - dependiendo sus gustos de su poder adquisitivo.

Cual es la situación financiera actual y como va a cambiar en el futuro, que perspectivas hay de ganar mejor y que preferencias tiene el cliente polaco en gastar su dinero - son preguntas importantes de cara a las futuras ventas.

Estas preguntas no tienen respuesta fácil - simplemente hay que estar en el mercado algún tiempo, observar y aprender.

Un error típico que cometen las firmas españolas en Polonia - es intentar solo vender sus productos desde fuera sin conocer bien el mercado y poner los medios adecuados para conquistarlo.

Los productos que aparecen en el mercado polaco tienen que cumplir una serie de requisitos.

Esto se refiere tanto a la producción nacional como a la importación.

Todos productos tienen que transportarse debidamente empaquetados, envasados, dependiendo del medio del transporte usado. En cualquier caso, tienen que proteger bien la mercancía durante el transporte e identificara correctamente desde el punto de vista del fabricante o importador (Reglamento del 28.02.2000).

Según legislación polaca reciente todos productos extranjeros que se ofrecen en el mercado polaco tienen que ir etiquetados en polaco con toda la información necesaria como la marca, composición, modo de uso, modo de conservación, advertencia en caso de peligro para los niños, información sobre atención al cliente etc. - dependiendo del tipo de mercancía.

Todos productos tienen que cumplir las normas de seguridad, toxicidad y protección del medio ambiente.

Tienen que ir acompañadas de claros indicios de procedencia y origen.

Los productos polacos tienen que cumplir las normativas vigentes de clasificación.

De productos. El viejo sistema de clasificación SWW ha sido cambiado a partir de julio de 1999 por el sistema PKWiU (POLSKA KLASYFIKACJA WYROBOW i USLUG).

Este sistema de clasificación responde al desarrollo de la colaboración internacional de Polonia y tiene la misma lógica y estructura que la clasificación europea de actividades NACE, clasificación europea de productos por Actividades CPA y el listado de productos PRODCOM.

La clasificación de productos en Polonia viene por criterios de clasificación:

- procedencia del producto
- materia prima
- tecnología usada
- construcción del producto
- destino final

En cuestión de la certificación de los productos en Polonia - las normativas vigentes están recogidas en el Reglamento del Consejo de Ministros de 28 de febrero 2000.

Referente a la certificación de los productos textiles, tejidos y del cuero.

El reglamento se refiere a los productos nacionales e importados por la primera vez en Polonia - y se parece a la respectiva directiva de la Unión Europea sobre certificación de tejidos y productos textiles.

En la industria textil polaca también están bien vistos los certificados de calidad ISO 9001 y de producción ISO 9002.

La cuestión de aranceles en Polonia se regula en la Ley Arancelaria de 28 de diciembre de 1989 con sus posteriores modificaciones.

Las partidas arancelarias se basan en la Nomenclatura Combinada de la Unión Europea. El nivel de aranceles depende del producto y su clase del acabado.

El régimen aduanero polaco dispone de derechos antidumping para los productos importados en Polonia con precios dumping.

El derecho arancelario permite la creación en el territorio polaco de zonas y depósitos francos.

La zona franca es una parte del territorio aduanero polaco, tratada como territorio extranjero, en el cual puede ser realizada la actividad económica por parte de los sujetos polacos o extranjeros que tienen su sede en Polonia.

El almacenamiento de mercancías libres de contingentes, sin derechos de aduana y sin pagos de frontera y su posterior salida de Polonia - es lo que interesa a muchas firmas extranjeras de cara a sus planes de penetración posterior en los mercados ruso, ucraniano, bielorruso etc.

El despacho de aduanas se realiza en base al documento administrativo unificado SAD - elaborado conforme a la normativa legal vigente de la Unión Europea.

4.2. Los precios

En cuanto a los tejidos y productos textiles en general los precios de venta al por mayor y al por menor incluyen el impuesto VAT - impuesto sobre el valor añadido - IVA de 22 %.

Naturalmente los que pagan realmente este impuesto son los clientes finales los fabricantes, los intermediarios, los mayoristas pueden recuperar IVA según las prescripciones de la contabilidad.

Debido a la crisis del sector y mucha competencia extranjera los fabricantes y los mayoristas trabajan con márgenes de venta muy limitados.

En caso de fabricantes las cifras oscilan entre 2 y 4 por ciento.

En caso de los mayoristas los márgenes no pasan del 10 -11 por ciento.

Para cortar la cadena de intermediarios grandes fabricantes organizan sus propias redes de almacenes de venta al por mayor - los llamados almacenes patronales (HURTOWNIE PATRONACKIE). En este caso estos almacenes trabajan con precios de fabrica - es decir con márgenes de venta nulos.

Los pequeños intermediarios y comerciantes que operan en los basares y los mercados textiles locales tienen que hacer frente a la realidad del mercado y también trabajan con márgenes de venta muy escasos - hasta 10 por ciento.

Solo los almacenes de venta al por menor - ante todo los supermercados y las tiendas especializadas pueden permitirse los márgenes de venta más elevados entre 15 y 20%

Los profesionales del ramo ven la situación actual difícil.

4.3. Publicidad y promoción

Las firmas que quieren colocarse bien en el mercado polaco tienen que competir fuertemente por conquistar al cliente local.

Tienen que apostar por el producto, la calidad, la imagen y el diseño.

Los productos estrella se venden por si solos pero eso no quiere decir que se pueda descuidar la tarea promocional y publicitaria.

Si el producto o la marca comercial no esta bien conocida en Polonia vale la pena gastar dinero en ferias, promoción y publicidad - no solamente en los viajes comerciales de los ejecutivos de alto nivel.

4.3.1. Ferias en Polonia

En el sector de tejidos, productos textiles, ropa y vestidos, productos de piel, en las tendencias de moda - la feria más importante es la feria internacional en Poznan.

Poznan es una ciudad ferial con mucha tradición y renombre en Europa Central.

Es muy aconsejable para todas firmas españolas que intentan entrar en el mercado polaco presentarse en la feria internacional en Poznan organizada por MTP - Miedzynarodowe Targi Poznanskie

En el sector de tejidos, ropa, productos textiles, productos de moda se organiza en Poznan dos veces al año la feria POZNANSKI TYDZIEN MODY.

En primavera la fecha de la feria es 29.02 - 03.03 y en otoño 05 - 08 de septiembre (año 2000).

POZNANSKI TYDZIEN MODY es la feria más importante en Polonia donde participan las firmas polacas y extranjeras del sector para presentar sus productos, para observar la competencia, tendencias de la producción y de la moda, para establecer contactos comerciales y al final y al cabo para presentarse bien al publico y dar una imagen positiva de la marca.

Los participantes viejos de la feria y los especialistas del sector están de acuerdo - en esta feria hay que estar tantas veces cuantas haga falta.

La feria en Poznan permite a los fabricantes, comerciantes, proyectantes de moda encontrarse y intercambiar experiencias.

En Poznan participan más de un mil de firmas (1139 en primavera y 1221 en otoño de 1999) en una superficie de casi 30.000 metros cuadrados.

La presencia de las firmas extranjeras en la última edición de 1999 sobrepasó 300 procedentes de 30 países europeos y del mundo.

El catálogo oficial de la feria recoge detalladamente todos los participantes por países, por sectores y especialidad en los productos y facilita encontrar los expositores repartidos entre 26 grandes pabellones y un número de pabellones auxiliares.

POZNANSKI TYDZIEŃ MODY es visitado por más de 30 mil personas de las cuales la mayoría es la gente del ramo, propietarios de tiendas, representantes de firmas etc.

La feria es muy profesional y la acompañan varios acontecimientos: presentaciones de moda, concursos, promociones, seminarios profesionales, entrevistas etc.

La temática de la feria en Poznan es la siguiente:

- ropa y vestidos
- ropa interior
- medias y productos calcetines
- accesorios de ropa
- marroquinería
- accesorios de moda
- tejidos
- accesorios textiles y pasamanería
- productos de género de punto
- calzado y accesorios
- ropa de piel y otros productos de piel

El precio del alquiler del metro cuadrado en la feria de Poznan:
84 \$ la superficie + 40 \$ la construcción del stand aprox. el año 2000.

Para participar en la feria hay que solicitar su participación con mucha antelación.
La fecha límite es 04.04. para la feria de otoño y 30.09 para feria de la primavera-respectivamente.

En Poznan también es aconsejable reservar hoteles con mucha antelación.

Toda la información y atención necesaria la ofrece la organización de la feria:

Zespol Organizacyjny Targow MTP en Poznan, c/Glogowska 14:

tel. : 48 61 869 24 75, 48 61 866 69 22, 48 61 869 22 97,

fax : 48 61 866 06 90

<http://www.mtp.pol.pl>

Calendario de otras ferias sectoriales de interés organizadas en Polonia en 2000:

- 17-20.02.2000 en KATOWICE - Feria de muebles y decoración (tejidos y telas decorativos)
- 08-10.03.2000 en VARSOVIA - Feria de casa (alfombras, tejidos, moquetas)
- 15-17.03.2000 en LODZ - Yarn Market (feria de fibras, hilados y género de punto)
- 06-09.04.2000 en VARSOVIA - Sport Rekreacja (ropa deportiva)
- 10-12.05.2000 en KATOWICE - BHP (ropa de protección)

- 01-04.06.2000 en KATOWICE - Moda y Uroda (ropa, tejidos, telas, confección, accesorios, proyectos, tecnologías, materias primas)
- 19-22.09.2000 en BYDGOSZCZ - SAWO (ropa de trabajo y protección)
- 21-24.09.2000 en GDANSK - Housebuilding (alfombras, moquetas)
- 04-06.10.2000 en LODZ - Yarn Market (hilados textiles y género de punto)
- 12-14.10.2000 en LODZ - KrajoweTargi Odziezy (ropa de protección, de trabajo, uniformes, materias para la producción, tejidos)
- 27-29.10.2000 en LESZNO - MTK (promoción del sector de tejidos y ropa)
- 15-17.11.2000 en LODZ - Te-tex en Textilimpex(textiles industriales, geotextilia, textiles para la construcción, tejidos técnicos)
- 23-25.11.2000 en KRAKOW - Horeca (cortinas, mantas, persianas, paraguas, alfombras, moquetas)

Para más información recomiendo ponerse en contacto con la oficina económica de Polonia en Madrid c/ Doctor Arce 25 - tel. 590 12 80, fax 561 51 08, o con el centro de negocios de la Oficina Comercial de España en Varsovia c/Genewska 16 - tel. 48 22 616 09 54, fax 48 22 617 29 11.

4.4. Revistas sectoriales

Para los profesionales del mundo textil y de tejidos existen una serie de revistas y periódicos especializados.

Entre los más importantes destacan:

1. WIADOMOSCI WLOKNO-ODZIEZ-SKORA

- Periodicidad : mensual
- Editor : WCIKT SIGMA-NOT S.A. en Varsovia
- Tirada : 2.000 aprox.
- Precio : 7 ZLOTY por ejemplar o 84 ZLOTY por año, 21 ZLOTY por quartal
- Anuncios y Publicidad: tel. : 48 42 632 23 15, fax: 4842 630 64 87

2. TEXTILIA FORUM

- Periodicidad : mensual
- Editor : Studio Graficzne INFOSCAN Lodz, Traugutta 25
- Tirada : 3.000 aprox
- Precio : 8 ZLOTY
- Anuncios y Publicidad: tel. : 48 42 85 62, fax: 4842 632 35 42

3. JOURNAL TEKSTYLNÝ

- Periodicidad : mensual
- Editor : PWF S.A. Varsovia
- Tirada : 5.000
- Precio : 8 ZLOTY por ejemplar o 56 ZLOTY por año
- Anuncios y Publicidad: tel.: 4822 853 0016, fax: 49 69 759517110

4. PRZEGLAD WLOKIENNICZY

- Periodicidad: mensual
- Editor : Sigma-Not Lodz
- Tirada : 5.000
- Precio : 12 ZLOTY por ejemplar
- Anuncios y Publicidad: tel. : 4842 827 43 66, fax: 4842 826 80 16

5. TEXTILWIRTSCHAFT

Otros métodos de publicidad que se pueden utilizar en Polonia:

- pasarelas de moda
- concursos de proyectantes (Złota Nitka, Srebrna Petelka, Projektant Roku, Izadora, Złoty Medal MTP, Mister i Junior Eksportu, Młody Talent Roku etc)
- entrevistas especiales
- publicidad en radio y televisión locales
- diarios de tirada nacional y local
- anuncios y catálogos a domicilio
- acciones promocionales en supermercados
- rebajas y descuentos especiales y por temporada
- billboards TV en canales de alcance nacional
- sponsoring de clubes deportivos, acontecimientos sociales, fiestas etc.

5.0 Posibilidades para el producto español e inversiones

El inversor extranjero puede establecerse en Polonia por medio de distintos tipos de sociedades:

Sociedad Anónima

Se exige para su constitución tres socios fundacionales y un capital inicial de al menos 100.000 zls, en moneda o bienes, debiendo ser enteramente desembolsado en el caso de los bienes y en un 25% si se trata de moneda, bien mediante transferencia bancaria, bien en metálico con la declaración de aduanas correspondiente. En la oferta pública de las acciones el valor de éstas no puede ser inferior a 10 zlotys. Como medio de asegurar la solvencia de la sociedad, el 8% de los beneficios anuales, después de impuestos, se reserva para constituir un fondo denominado capital suplementario (kapitał zapasowy), hasta el momento en que iguale al menos un tercio del valor nominal de las acciones.

Los órganos de gobierno de la sociedad son la junta anual de accionistas, la junta directiva, y la junta de supervisión, o una comisión auditora.

Requisitos de registro:

Tanto las sociedades anónimas, como limitadas deben tener sus reglamentos con arreglo a la ley polaca, y traducidos al polaco. Así mismo, deberán presentar sus estatutos debidamente legalizados (p.ej. ante el consulado polaco en el país de origen).

El/los socio/s fundador/es, o su representante con poder suficiente, deben firmar la documentación de la sociedad ante el Registro correspondiente.

En cuanto a los costes debemos considerar, aparte de la legalización de los estatutos, las tasas y pólizas de registro y la escritura notarial, que variará, respecto a una tarifa básica, según el capital social inscrito.

Funcionamiento de la sociedad:

La sociedad anónima debe formar un Consejo de Administración con al menos 5 personas físicas (polacas o extranjeras).

Debe registrarse para satisfacer sus obligaciones fiscales como muy tarde el día de la emisión de la primera factura. La sociedad puede empezar su actividad después de la obtención del número de identificación estadística: Regon.

Sociedad de Responsabilidad Limitada (Sp. z.o.o.)

Regulada en los artículos 158-306 del Código de Comercio, puede ser fundada por una o más personas con un capital mínimo de 4.000 zł, que tendrán que ser desembolsados antes del registro de la sociedad. Tiene personalidad jurídica y responde de los compromisos contraídos con el valor de los bienes de la sociedad. Se debe registrar en el registro de sociedades del Tribunal Regional correspondiente y establecer los estatutos ante notario. El capital de la sociedad debe ser totalmente desembolsado, puede aportarse bien en especie bien en dinero, se divide en aportaciones iguales e indivisibles o en desiguales y divisibles. El balance anual debe ser aprobado por todos los socios y presentado al Registro Mercantil hasta el 30 de junio del año siguiente. La liquidación de la sociedad se producirá por insolvencia, por acuerdo general de los socios u otras razones que figuren en los estatutos de la sociedad.

Sociedad Civil (Spółka Cywilna S.C.)

Regulada en los artículos 860-875 del Código Civil, surge como acuerdo contractual entre dos o más socios. Se trata de una sociedad sin responsabilidad jurídica, respondiendo los socios de los compromisos societarios con todos sus bienes actuales y futuros. Está constituida por órganos diversos y sus socios, generalmente, se ocupan de la actividad económica personalmente. Los socios pueden demandar y ser demandados. Sólo necesita registrarse en la administración local. Es el tipo de sociedad más numeroso.

Sociedad Colectiva (Spółka Jawna S. aaj.)

Regulada en los artículos 75-142 del código de Comercio, es una sociedad de mayores dimensiones que la anterior y algo más compleja jurídicamente. No tiene personalidad jurídica y se registra en el registro de sociedades. Los socios también responden ilimitadamente con sus bienes de los compromisos de la sociedad. Puede demandar y ser demandada.

Sociedad Comanditaria (Spółka Komandytowa S.K.)

Regulada en los artículos 143-157 del código de Comercio, es un tipo de sociedad intermedia entre la Colectiva y la de responsabilidad limitada. Carece de personalidad jurídica. Por lo menos uno de los socios responde sin límites ante los acreedores de los compromisos de la sociedad, y la responsabilidad de por lo menos uno de los socios está limitada a la cuota comanditaria. Se debe registrar en el registro de sociedades. Puede demandar y ser demandada. En la denominación de la sociedad debe aparecer el apellido del socio que responde sin límites y a continuación debe figurar *sociedad comanditaria*.

La legislación polaca vigente (**LA LEY DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS SUJETOS EXTRANJEROS**) ofrece la posibilidad de poner en Polonia una firma extranjera en base a la igualdad de derechos que tienen los sujetos polacos.

En realidad firmas extranjeras gozan de muchas ventajas adicionales, como por ejemplo la posibilidad de vacaciones fiscales por inversiones superiores a 2 millones de euros aprox. o por poner la sede de la firma en zonas de desempleo estructural.

Hay que estudiar bien la legislación y buscar los *huecos*.

Esta totalmente asegurada la propiedad y transferencia de beneficios al extranjero.

Poner la firma española no cuesta mucho dinero ni ocupa mucho tiempo a pesar de las experiencias negativas de algunas firmas que por desconocer la realidad y por no emplear a profesionales se dejan engañar y aprovechar.

– El capital inicial mínimo es de 4.000 ZLOTY (unas 160 mil PTS)

El dinero tiene que proceder de la transferencia bancaria desde el extranjero o de la cuenta bancaria abierta en Polonia con ingresos legales de dinero.

– La tasa de pago a la hacienda depende del capital inicial:

- hasta 10.000 ZLOTY - 2%
- hasta 20.000 ZLOTY - 200 ZL + 1,0 % por una cuota superior a 10.000
- hasta 30.000 ZLOTY - 300 ZL + 0,5 % por una cuota superior a 20.000

La base legal:

LA LEY DE PAGOS A HACIENDA de 31.01.1984 (art.10, pos.1, pto.11)

EL REGLAMENTO DEL MINISTRO DE FINANZAS del 09.12.94 (art. 69, pos.1, pto.1)

– El registro comercial no dura mucho tiempo y cuesta 800 ZLOTY (32 mil PTS)

La base legal:

EI REGLAMENTO DEL MINISTERIO DE JUSTICIA del 17.12.96 (DU 154 pos.753, par.45, pto.1)

– La tasa notarial depende del capital inicial:

- hasta 10.000 ZLOTY - 3 %
- hasta 20.000 ZLOTY - 300 ZL + 2 % de la cuota superior a 10.000
- mas de 50.000 ZLOTY - 800 ZL + 0,5 % de la cuota superior a 20.000

La base legal:

EL REGLAMENTO DEL MINISTERIO DE JUSTICIA del 12.04.91 (DU 33, pos.146)

– Otros gastos notariales - unos 100 ZLOTY

5.1. Objetivos y medios

Indudablemente no se pueden alcanzar objetivos sin poner los medios y adaptar las medidas adecuadas para las exigencias del mercado polaco.

Un error típico de principiantes de varias firmas españolas en Polonia - es solo vender o intentar financiar la organización de la firma a través de las ventas.

Eso no da los frutos esperados en Polonia en la mayoría de los casos.

Poner la mercancía no es suficiente para venderla en cantidades.

En cambio vender poca mercancía no significa ganar dinero, cubrir los gastos y conquistar al mercado.

Resumiendo todo eso podemos sacar la conclusión que las firmas españolas - si quieren establecerse en Polonia - tienen que plantearse bien los pasos.

Actualmente, el momento parece muy oportuno para entrar en Polonia.

Los productos textiles y tejidos españoles son bastante interesantes y competitivos y las tecnologías suficientemente modernas (fibras, hilados, género de punto).

Por otra parte el estado actual de la industria textil polaca con muchas quiebras en las plantas, reestructuración de la producción, competencia extranjera en muchos sectores del mercado, cambio de gustos del cliente etc - todo esto permite buscar las posibilidades para el producto español o para las firmas españolas - si les interesa poner la firma nueva en Polonia o interceptar la firma polaca en mala situación financiera o tecnológica.

Adicionalmente en el caso de poner una firma nueva se pueden estudiar las posibilidades de comprar los terrenos en zonas económicas especiales - libres de impuestos o con vacaciones fiscales o libres de las obligaciones aduaneras.

En Polonia existen estas zonas especiales organizadas legalmente por el gobierno central y las autoridades locales para fomentar las inversiones extranjeras, nuevas tecnologías, la producción y el empleo. **Importante** : La Unión Europea en sus negociaciones con Polonia insiste en que las zonas especiales contradicen a la filosofía del mercado de competencia libre e igualdad de condiciones)

Hay que darse prisa para aprovechar las ventajas antes de que desaparezcan. Vale la pena observar el mercado polaco y buscar sus oportunidades.

Información más detallada sobre la infraestructura económica del país, legislación vigente, aspectos técnicos y financieros de la actividad económica en Polonia se pueden conseguir a través de:

1. su propio representante comercial - las firmas españolas contratan a profesionales polacos de confianza y les otorgan la plenipotencia necesarias para hacer varias gestiones cara a la preparación de la actividad económica posterior.
Esta forma tiene sus ventajas ya que no cuesta mucho dinero, se puede controlar desde España y la firma puede contar con su gente en el caso de seguir adelante.
2. firmas especializadas de reconocimiento del mercado, consultoras, bufetes de abogados etc. - esta forma de conseguir la información necesaria es muy cara y su desventaja consiste en que la firma española sigue sin saber muchos detalles y no tiene el contacto real con el mercado polaco.
3. Las instituciones españolas especializadas en España (ICEX, Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, Asociaciones sectoriales) y en Polonia como la Embajada de España o Centro Español de Negocios en Varsovia.
4. Iniciativa y las gestiones propias - si la firma española tiene profesionales con dominio de idiomas puede intentar conseguir la información necesaria en varias instituciones polacas. Algunas de estas instituciones de interés:

BIURO WSPOLPRACY PRZEMYSLOWEJ I INWESTYCYJNEJ ONZ

(Oficina de Colaboración Industrial e Inversiones de la ONU)

Al.Niepodleglosci 186

00-608 WARSZAWA

Tel. : 4822 825 94 67, 4822 825 91 86

Fax : 4822 825 89 70

PANSTWOWA AGENCJA INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH

(Agencia Estatal de Inversiones Extranjeras)

Al.Roz 2

00-556 WARSZAWA

Tel. : 4822 621 62 61

Fax : 4822 621 84 27

AGENCJA ROZWOJU PRZEMYSŁU

(Agencia para el Desarrollo Industrial)
c/Domaniewska 41
02-672 WARSZAWA
Tel. : 4822 874 36 00
Fax : 4822 874 26 39

AGENCJA TECHNIKI I TECHNOLOGII

(Agencia de la Técnica y Tecnología)
c/Krucza 38/42
00-512 WARSZAWA
Tel.: 4822 661 86 10, 661 86 11, 629 41 51
Fax : 4822 628 36 11

**CENTRUM INFORMACJI RYNKOWEJ HANDLU ZAGRANICZNEGO
INSTYTUT KONIUNKTUR I CEN HANDLU ZAGRANICZNEGO**

(Centro de la Información sobre Mercados Extranjeros)
(Instituto de Coyunturas y Precios del Comercio Exterior)
c/Frascati 2
00-483 WARSZAWA
Tel. : 4822 629 58 92
Fax : 4822 628 17 77

KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

(Cámara de Economía Polaca)
c/Trebacka 4
00-074 WARSZAWA
Tel. : 4822 630 96 00
Fax : 4822 827 46 73

ZWIAZEK RZEMIOSLA POLSKIEGO

(Asociación de la Artesanía Polaca)
c/Miodowa 14
00-246 WARSZAWA
Tel.: 4822 831 14 61
Fax : 4822 635 79 81

URZAD WOJEWODZKI W LODZI

(Gobierno Provincial en Lodz)
c/Piotrkowska 104
90-925 LODZ
Tel.: 4842 632 90 40
Fax : 4842 636 52 76

LODZKA AGENCJA ROZWOJU REGIONALNEGO

(Agencia Provincial de Desarrollo de Lodz)
c/Piotrkowska 173
90-002 LODZ
Tel. : 4842 632 18 92, 637 04 39
Fax : 4842 633 07 63

FUNDACJA ROZWOJU PRZEDSIEBIORCZOSCI W LODZI

(Fundación para el Desarrollo Empresarial en Lodz)
c/Piotrkowska 86
Tel. : 4842 632 00 41
Fax : 4842 632 90 89

FUNDACJA NA RZECZ ROZWOJU REGIONU LODZKIEGO

(Fundación para el Desarrollo de la Región de Lodz)

c/Tuwima 22/26

90-002 LODZ

Tel. : 4842 632 26 51

Fax : 4842 632 26 51

IZBA HANDLOWA W LODZI

(Cámara de Comercio en Lodz)

c/Tuwima 30

90-002 LODZ

Tel. : 4842 636 30 87

Fax : 4842 633 51 35

6.0 Conclusiones

1. La industria textil polaca es uno de los sectores más importantes de la industria polaca y sigue teniendo importancia para la economía nacional.
La participación en el valor de PIB en 1998 era de 2,35 % y en la producción industrial global de 5,88 % - (el cuarto lugar entre todos sectores de la industria polaca).
En el valor añadido bruto la participación era 2,09 % y 7,09 % respectivamente - (el quinto lugar en la industria polaca).
2. La participación de la industria textil polaca en PIB y en el valor global de la industria sigue bajando a partir de 1995
3. En la industria textil polaca funcionaron más de 51 mil sujetos económicos (21 % de la industria. Predominan firmas pequeñas de menos de 50 trabajadores.
Firmas de más de 50 trabajadores eran en 1998 1.299, entre ellos solo 322 de más de 250 trabajadores.
4. El numero de trabajadores de la industria textil polaca sigue bajando desde 417 mil en 1998 hasta 389 mil en el año 1999 (13 % del empleo en la industria global)
La tendencia de empleo solo se mantiene en el sector de tejidos donde el empleo a lo largo de año 1996-1998 ha bajado solo 1 %.
5. El salario promedio en la industria textil polaca esta por debajo del nivel medio de los salarios en la industria general (70 %) y en la economía nacional y en el sector de tejidos supone unos 966 ZLOTY en 1999 y no más de 1.100 ZLOTY en 2000 - (unas 45 mil PTS mensuales).
6. El valor de producción de la industria textil polaca en 1998 ascendió a 18.829 millones de ZLOTY y supuso 5,1 % de la producción industrial en Polonia.
7. La exportación de la industria textil polaca en 1998 ha sido de 3.694,9 millones de Dólares y en 1999 se nota una ligera tendencia decreciente.
Las importaciones en 1998 ascendieron a 4.279,1 millones de dólares y también bajaron ligeramente en 1999. La industria textil exportó el año 1999 un 13 % del total de exportaciones polacas. Aumenta el déficit en la balanza del intercambio comercial de la industria textil polaca.
8. Ha crecido la importación de tejidos y del calzado de los países asiáticos lo que causó la caída de la demanda interna a los productos de la industria textil polaca. La amortización es alta y debido a mala situación financiera de muchas firmas la posibilidad de renovar el parque de maquinas y adaptar tecnologías modernas es limitada.
9. La competencia e importación de los tejidos baratos de China, Taiwan, Indonesia, Tailandia, Corea del Sur, Turquía amenaza a la industria polaca y para sobrevivir tiene que modernizar la producción y ofrecer mercancía de calidad y diseño superior a lo que ofrece la competencia asiática.
10. La producción de la industria textil polaca cae desde 1997 en el sector textil y del cuero y solo el sector de tejidos se defiende bien aunque también con problemas.

11. El frenazo de la producción en muchos grupos de productos en 1998 y 1999, la caída de los ingresos de la actividad económica de firmas, aumento de los costes de la producción, competencia externa, falta de créditos baratos han llevado a muchas firmas a la quiebra.
12. En el periodo de 1997 - 1999 se observa el empeoramiento de los resultados financieros brutos en toda la industria textil polaca. El sector textil y de cuero ha tenido pérdidas y solo el sector de tejidos indica un resultado financiero bruto positivo. Eso ha permitido obtener un resultado financiero bruto ligeramente positivo en la escala de la industria textil polaca en 1998 pero en 1999 la situación es peor.
13. Los resultados financieros netos de la industria textil polaca son negativos. A esta situación han contribuido las altas cargas obligatorias presupuestarias. Solo el sector de tejidos experimentó en 1998 un resultado financiero neto positivo de 2,6 %
14. La deuda de la industria textil polaca ha crecido rápidamente en 1997 (18,5 %), un poco menos en 1998 (9,2 %) y unos 15 % en 1999 aprox. En el sector de tejidos la deuda ha crecido en 15,2 % en 1998 y mayoritariamente se refería a los créditos a corto plazo. El endeudamiento a largo plazo vinculado con la financiación de las inversiones se mantuvo en el mismo nivel que en 1997.
15. Ha empeorado la estructura de mobiliario fluido de las empresas de industria textil. Las existencias constituían el 47,8 %, los vencimientos 42,5 % y el dinero y papeles de valor solo 8,6 %.
16. Toda la industria textil el capital rotativo neto ha caído en 3,9 % en el año 1998. El sector textil ha indicado la caída de 46,6 % y el sector de cuero 32,5 %. De las 24 clases de la actividad dentro de la industria textil polaca en 5 casos el capital rotativo neto indicaba valores negativos. Las tendencias de 1999 confirman la caída.
17. La capacidad de pagos y la liquidez financiera de toda la industria textil polaca es muy mala y el futuro no parece prometedor. Solo en el sector de tejidos la situación era apenas suficiente.
18. Se observa el proceso de la descapitalización de medios de producción y medios duraderos en la industria textil polaca en el periodo 1997 -1999. La amortización es alta y debido a mala situación financiera de muchas firmas la posibilidad de renovar el parque de máquinas y adaptar tecnologías modernas es limitada.

El análisis de la situación económico -financiera de la industria textil polaca conduce a las conclusiones generales:

1. La industria textil polaca juega en la vida económico - social de Polonia un papel muy importante:
 - crea ingresos importantes para el presupuesto nacional
 - satisface en gran medida las necesidades básicas de la población polaca
 - crea un número significativo de puestos de trabajo en zonas de paro estructural
2. El gobierno polaco tiene que adoptar una serie de medidas para ayudar a la industria textil polaca en sus momentos más difíciles.
3. En la **Estrategia para la Industria Textil Polaca** elaborada en octubre de 1999 por el Ministerio de Economía polaco hay que determinar mejor las medidas financieras, organizativas y legales que va a adoptar el estado polaco para defender y fomentar el desarrollo de la industria textil polaca.
4. Hay que supervisar mejor el funcionamiento de las instituciones encargadas de proteger al mercado polaco de la competencia extranjera ilegal y del contrabando de mercancías textiles.
5. Existe la necesidad urgente de aumentar las exportaciones polacas. El gobierno polaco tiene que tomar medidas para promocionar productos de la industria textil polaca en los mercados extranjeros ya que las firmas polacas no tienen medios suficientes para hacer frente a los gastos de ferias, marketing y promoción en el extranjero.
6. Los especialistas del ramo insisten en un cambio legislativo rápido para defender mejor el mercado textil interno.

7. Las inversiones del capital extranjero, la modernización de las tecnologías de la fabricación y el cambio de la organización y gestión de las empresas - son factores muy importantes para la supervivencia de la industria textil polaca, especialmente en el sector textil.
8. Las instituciones locales, las organizaciones sectoriales y naturalmente las firmas textiles polacas tienen que juntar fuerzas para fomentar las tareas de marketing, publicidad y promoción en los mercados extranjeros donde la presencia de los productos polacos es escasa y donde existen posibilidades de entrar con productos de clase media.
9. Hay que recuperar para la exportación los mercados de la extinta Unión Soviética. Rusia, Ucrania, Bielorrusia, Lituania - estos eran mercados tradicionales de venta para muchas firmas de la industria textil polaca.
10. Para promocionar mejor los productos polacos hay que reorganizar las oficinas del consejero comercial polacas en el extranjero (BRH) y crear las agencias de promoción especializadas por sectores además de crear centros de negocios profesionales en el extranjero como lo hizo España en Polonia.

Resumiendo todo el material analítico recogido, las tendencias positivas en la industria textil polaca se pueden observar en los siguientes sectores:

1. Producción de los tejidos técnicos - firmas polacas disponen en este sector de un potencial productivo significativo, bastante moderno y poco gastado. Este sector puede seguir competitivo dentro y fuera del mercado polaco - ante todo en la producción de productos de clase mediana donde constantemente crece la demanda en los mercados europeos.
2. Producción de ropa de alto grado de transformación y de valor añadido en el producto final. Polonia dispone en este sector de un potencial productivo bastante complejo: un número de trabajadores bien cualificados, la maquinaria moderna, generalmente buen nivel de la calidad de la producción ofrecida, fuertes lazos de cooperación con clientes extranjeros, buenas perspectivas del desarrollo del mercado interno polaco en los próximos años.
3. Producción de las telas decorativas - en este sector se observa el potencial productivo moderno, alta calidad de la producción y las perspectivas crecientes del mercado interno polaco.
4. Género de punto - en este sector Polonia dispone de un potencial que permite ofrecer los productos de clase mediana muy competitivos de cara a los productos procedentes de la importación.

En cambio las tendencias negativas y el futuro poco prometedor de la industria textil polaca se observan en los sectores:

1. Producción del calzado de calidad - el regreso en este sector se debe al adelanto tecnológico insuficiente en las firmas polacas - lo que imposibilita competir con las firmas destacadas en el extranjero.
A esto hay que añadir una baja calidad de materias primas y los componentes en Polonia. Una mejora significativa de la competitividad del sector requiere las inversiones muy importantes en el futuro.
2. Producción de tejidos de baja calidad - muchas firmas existentes siguen basando su producción en el parque de máquinas viejas y las tecnologías poco adecuadas a las exigencias del mercado actual.
Los costes de la producción son altos y la calidad de productos baja. Como consecuencia los productos finales son poco competitivos.
3. Producción masiva de ropa de baja calidad - en este sector los costes de la producción son demasiado altos en comparación con los países del Lejano Oriente.
Ni siquiera las inversiones destacadas en el sector pueden asegurar la competencia suficiente y la supervivencia del sector.

Es bastante difícil hablar de las perspectivas de la industria textil polaca a medio y largo plazo debido a falta de la política industrial clara del gobierno polaco.

Para el año 2005 se estipula que en todos los sectores con posibilidad de desarrollo - las ventas van a aumentar en 10-12 % por la subida de la demanda, 6-8% por la disminución de la importación y unos 4-6% por el aumento de las exportaciones.

En los sectores con tendencias de regreso las perspectivas de las ventas para el año 2005 son negativas - la caída de las ventas nacionales será de 12-14% frente al nivel actual. La demanda aumentara en 8-10% gracias a la importación.

En cuando al nivel de inversiones necesarias para renovar el parque maquinaria -las previsiones para el año 2005 hablan de las cuotas entre 2,2 y 2,9 mil millones de ZLOTY. Las inversiones deben realizarse de los fondos propios de las empresas, créditos garantizados, fondos europeos y finalmente de las inversiones extranjeras en Polonia.

7.0 Anexos

7.1. Asociaciones del sector textil en Polonia

Tricotextil - Instytut Technik i Technologii Dziewiarskich
Ul.Piotrkowska 270
90-361 LODZ
Tel. : 4842 681 02 11
Fax : 4842 637 02 18

Izba Przemyslowo Handlowa w Lodzi
Ul.Tuwima 30
90-002 LODZ
Tel.: 4842 636 30 87
Fax: 4842 633 51 35

Zwiazek Pracodawcow Przemyslu Tekstylnego
Ul.Tuwima 25
90-950 LODZ
Tel. : 4842 637 77 80
Fax : 4842 637 77 80

Zwiazek Pracodawcow Przemyslu Dziewiarskiego
Ul.Szparagowa 6/8
91-211 LODZ
Tel. : 4842 652 15 88
Fax : 4842 652 15 88

Polska Izba Przemyslu Tekstylnego
Ul.Traugutta 25
90-950 LODZ
Tel. : 4842 632 51 80
Fax : 4842 632 16 38

Polska Izba Przemyslu Skorzanego
Ul.Piotrkowska 148/150
90-113 LODZ
Tel. : 4842 636 12 21

Izba Welny w Gdyni
Ul.Kielecka 7
81-303 GDYNIA
Tel. : 4858 661 56 00
Fax : 4858 621 69 23

Izba Bawelny
Ul.Derdowskiego 7
81-300 GDYNIA
Tel. : 4858620 75 98
Fax : 4858 620 75 97

Krajowa Izba Mody en Lodz
Ul.Piotrkowska 282
90-113 LODZ
Tel. : 4842 683 26 84
Fax : 4842 683 26 84

7.2. Operadores de tejidos y productos textiles

ARGOS PPHU s.c. (mayorista)
ul.Jarzynowa 54
94-204 LODZ
Tel. : 4842 633 38 29
Fax : 4842 632 49 08

BANAS Export-Import (importador y mayorista)
Ul.Proletariacka 7/9
LODZ
Tel. : 4842 636 29 90
Fax : 4842 636 29 86

BIELTEX S.A. (fabricante y mayorista)
Ul.Wolnosci 22/24
58-260 BIELAWA
Tel. : 4874 33 44 55
Fax : 4874 33 42 47

DANIMEX PPHU (mayorista)
Ul.Sterlinga 26
90-212 LODZ
Tel. : 4842 630 64 16
Fax : 4842 630 64 16

DORIS S.A. Import-Export (importador y mayorista)
Ul.Przewoz 36
KRAKOW
Tel. : 4812 653 15 25
Fax : 4812 653 27 52

INTER-MAK Sp.z O.O. (importador)
Ul.Traktorowa 148 / 158
91-204 LODZ
Tel. : 4842 640 55 06
Fax : 4842 637 62 01

INTER-MODA (fabricante, importador)

Ul.Zamenhofa 30
90-547 LODZ
Tel. : 4842 636 71 64
Fax : 4842 636 15 60

KALEK s.c. (mayorista)

Ul.Bulgarska 2a
60-320 POZNAN
Tel. : 4861 867 42 85
Fax : 4861 830 22 20

LETICO Sp.z O.O. Hurtownia Tkanin (mayorista)

Ul.PKP 6
92-402 LODZ
Tel. : 4842 648 80 42
Fax : 4842 648 82 76

LINEXIM s.c. Hurtownia Tkanin (importador y mayorista)

Ul.Suwalska 25
LODZ
Tel. : 4842 684 84 59
Fax : 4842 640 22 21

MARITEX (importador)

Ul.Niezapominajki 15
91-358 LODZ
Tel. : 4842 659 22 89
Fax : 4842 659 22 89

MIGRO-TEX (mayorista)

Ul.Warzywna 6
95-2-- PABIANICE
Tel. : 4842 215 65 89
Fax : 4842 215 20 73

MODA -TEXTIL P.U.H. (importador)

Ul.Brukowa 6
Tel. : 4842 651 64 65
Fax : 4842 651 64 65

NANCY IMPEX sp.z O.O. (importador y mayorista)

Wolica 12
05-830 NADARZYN
Tel. : 4822 729 84 59
Fax : 4822 729 84 60

NEELCO Sp.z O.O. (mayorista)

Ul.Mszczonowska 74
JANKI/WARSZAWY
Tel. : 4822 720 37 64
Fax : 4822 720 37 64

NIKITA FASHION Sp.z O.O. (importador y mayorista)
Ul.Krakowska 28b
05-090 RASZYN/WARSZAWY
Tel. : 4822 720 55 56
Fax : 4822 720 55 56

OPTEX S.A. (mayorista)
Ul.Smocza 6/8
Tel. : 4842 681 52 92
Fax : 4842 681 52 92

ORTAL DEKOR Sp.z O.O. (fabricante y mayorista)
Ul.Senatorska 70
93-192 LODZ
Tel. : 4842 684 28 07
Fax : 684 07 36

OSKAR PPHUT s.c. (centro de tejidos)
Ul.Traktorowa 21
91-116 LODZ
Tel. : 4842 652 32 96
Fax : 4842 652 32 96

PAMOTEX S.A. (fabricante y mayorista)
Ul.Ge.Grota Roweckiego 8a
Tel. : 4842 215 50 18
Fax : 4842 215 58 67
www.pamotex.com.pl

PRODEX Sp.z O.O. (importador)
Ul.Brukowa 10
91-350 LODZ
Tel. : 4842 640 73 77
Fax : 4842 640 76 48

RED STAR TRADING (importador y mayorista)
Ul.Konstruktorska 7
02-673 WARSZAWA
Tel. :4822 853 15 86
Fax : 4822 853 15 87

RENEX (importador)
Ul.Harcerska 30
PIASTOW/WARSZAWY
Tel. : 4822 723 44 45
Fax : 4822 723 71 53

ROMTEX PPHU (importador y mayorista)
Ul.Lubowska 64a
60-454 POZNAN
Tel. : 4861 848 82 11
Fax : 4861 848 82 11

TEXTILAND (importador y mayorista)
Ul.Lipowa 23
05-091 ZABKI/WARSZAWY
Tel. : 4822 781 75 34
Fax : 4822 781 75 34

TEXTILE (importador y mayorista)
Ul.Cyprysowa 17
91-365 LODZ
Tel. : 4842 658 84 27
Fax : 4842 658 84 27

TEXTIL BAZAR (importador y mayorista)
Al.Krakowska 6a
05-090 JANKI/WARSZAWY
Tel. : 4822 720 56 52
Fax : 4822 720 56 52

Textilimpex Ltd. (importador, intermediario, empresa de comercio exterior)
ul.Traugutta 25
90-950 LODZ
Tel. : 4842 632 33 37
Fax : 4842 637 77 60
www.textilimpex.com.pl

WALDIMEX PPHU (importador)
Ul.Lodzka 38
96-140 BRZEZINY
Tel. : 4846 874 38 66
Fax : 4846 874 38 66

Intertex (mayorista)
ul.Chemiczna 12
41-200 Sosnowiec
Tel. : 4832 266 48 31
Fax : 4832 266 48 30
e-mail : intertex@sosnowiec.gronet.pl

Yarnmarket (intermediario y organizador de feria)
ul.Traugutta 25
90-950 LODZ
Tel. : 4842 632 33 37
Fax : 4842 637 77 60
www.textilimpex.com.pl
e-mail : tx.targil@textilimpex.com.pl

7.3. Listado de fabricantes de tejidos

BIELTEX S.A.
(Tejidos de algodón, lana, viscosa, telas de cama)
ul.Wolnosci 22/24
58-260 BIELAWA
Tel. : 4874 33 44 55
Fax : 4874 33 46 33

BEWELANA Sp. Z O.O.

(tejidos de lana pura y mezclada con seda, lycra para vestidos masculinos y femeninos, faldas, abrigos etc.)

ul.Gen.St.Maczka 71
43-300 BIELSKO BIALA
Tel. : 4833 814 18 51
Fax : 4833 814 18 50

FABRYKA SUKNA W RAKSZAWIE S.A.

(Tejidos de lana y derivados, lana cardada, lana de peine, mantas)

ul.Srodkowa 334
37-111 RAKSZAWA / RZESZOW
Tel. : 4817 225 32 31
Fax : 4817 225 32 33

FASTY Sp.z O.O.

(telas para mesas y camas, telas decorativas)

Ul.Przedzalniana 8
15-688 BIALYSTOK
Tel. : 4885 653 19 64
Fax : 4885 653 19 64
www.fasty.com.pl
e-mail : marketing@fasty.co.pl

MIRANDA S.A.

(varios tejidos de seda y género de punto)

ul.Jedwabnicza 1
62-700 TUREK
Tel. : 4863 278 55 20
Fax : 4861 855 31 04

MORFEO ZPB S.A.

(Tejidos de algodón)

ul. Leczycka 5/17
95-035 OZORKOW
Tel. : 4842 718 10 34
Fax : 4842 718 10 61

OPTEX S.A.

(varios tejidos de poliastro y mezclas para vestidos, chaquetas, faldas, telas decorativas, telas técnicas, mantas especiales)

Ul.Kolberga 2
26-300 OPOCZNO
Tel. : 48 44 755 28 41
Fax : 4844 755 33 72

ORTAL S.A.

(tejidos de seda y derivados de hilados de poliastro, viscosa, poliamida, telas decorativas, telas para ropa deportiva, telas para parasoles, cortinas, manteles, abrigos, impermeables, foros de poliamida, poliastro, acetato, telas esenciales para camas, tejidos revestidos, recubiertos)

ul.Hipoteczna 7/9
91-334 LODZ
Tel. : 4842 653 37 89
Fax : 4842 651 26 48

ORZEL S.A.
(tejidos de lino para vestidos, acabados)
ul.Daszynskiego 16
MYSŁAKOWICE / JELENIA GORA
Tel. : 48 75 713 14 51
www.orzel.com.pl

PAMOTEX S.A. ZPB
(tejidos de algodón, confección de mesa y cama, tejidos anchos, telas decorativas, tejidos para vestidos,)
Ul.Gen.Grota Roweckiego 8a
Tel. : 4842 215 50 18
Fax : 4842 215 58 67
www.pamotex.com.pl

POLONTEX S.A.
(telas para vestidos, hilados de algodón y poliéster con algodón, cortinas, moquetas)
ul.Rejtana 25/35
42-200 CZESTOCHOWA
Tel. : 4834 363 02 31
Fax : 4834 363 28 51
www.polontex.com.pl

UNIÓNTEX S.A.
(tejidos de algodón)
ul.Targowa 65
90-324 LODZ
Tel. : 4842 684 35 04
Fax : 4842 684 09 37

ZPB ANDROPOL S.A.
(Tejidos para las camisas)
ul.Krakowska 83
34-120 ANDRYCHOW
Tel. : 4833 875 61 01
Fax : 4833 875 31 70
www.andropol.com.pl
e-mail : dh@andropol.com.pl

ZPB BIELBAW S.A.
(tejidos para vestidos, camisas, faldas, telas para cama, telas para muebles de jardín)
ul. Piastowska 19
58-260 BIELAWA
Tel. : 4874 834 43 86
Fax : 4874 833 47 95
www.bielbaw.com.pl
e-mail : bielbaw_hm@bielbaw.com.pl

ZPJ DOLWIS
(foros, tejidos para mantas y camas)
ul.Swierczewskiego 10
59-820 LESNA
Tel. : 4875 721 12 34
Fax : 4875 721 12 34

ZPJ WISTIL S.A.

(Tejidos para trajes, chaquetas, ropa deportiva, camisetas, cortinas, mantas, foros, telas especiales para parasoles, tiendas, sacos de dormir, marquesinas, mantas, cortinas)

ul.Majkowska 13

62-800 KALISZ

Tel. : 4862 767 52 36

Fax : 4862 764 53 57

e-mail : marketing@wistil.pl

ZPJ SILWANA S.A.

(tejidos y género de punto para foros, ropa deportiva, vestidos, telas decorativas)

ul.Walczaka 45

66-400 GORZOW WILELKOPOLSKI

Tel. : 4895 732 00 23

Fax : 4895 732 50 80

ZPB ZAWTEX S.A.

(hilado de algodón y derivados para tejeduría y género de punto, tejidos de algodón)

Ul.Marszalkowska 28 D

Tel. : 4832 672 16 51

Fax : 4832 672 26 61

e-mail

ZTK TEOFILOW S.A.

(tejidos y género de punto)

ul.Szparagowa 6/8

Tel. : 4842 652 71 60

Fax : 4842 640 51 70

www.teofilow.com.pl

e-mail : knit@teofilow.com.pl

7.4. Ferias del ramo textil y tejidos en Polonia

ENERO

27-30.01.2000

Miedzynarodowe Targi Rowerowe

(ropa deportiva)

Superficie 4.143 m2

Expositores : 105 (7 extranjeros)

Visitantes : 9314

MIEDZYNARODOWE TARGI KATOWICKIE S.A.

Ul.Bytowska 1b

40-955 Katowice

Tel. : 4832 204 24 62

Fax : 4832 254 02 27

www.mtk.katowice.pl

e-mail : info@mtk.katowice.pl

28-30.01.2000

Targi Farmaceutyczne PHARMACEUTICA

(ropa y tejidos médicos)

Superficie : 281 m2

Expositores : 45 (2 extranjeros)

Visitantes : 1014

TARGI W KRAKOWIE S.A.
Ul. Basztowa 23/4
31-156 KRAKOW
Tel. : 4812 423 01 83
Fax : 4812 423 01 56
www.targi-w-krakowie.com.pl
e-mail : biuro@targi-w-krakowie.com.pl

FEBRERO

11-13.02.2000

LOWY, WEDKA, PIES

(ropa para cazadores y pescadores)

Superficie : 1.552 m²

Expositores : 123

Visitantes : 3.638

INTERART S.A.

Ul. Pugeta 6

51-628 WROCLAW

Tel. : 4871 348 18 21

Fax : 4871 348 14 51

www.interart.com.pl

e-mail : office@interart.com.pl

17-20.02.2000

TARGI MEBLI I WYPOSAZENIA WNETRZ

(telas decorativas)

Superficie : 3.276 m²

Expositores : 175 (3 extranjeros)

Visitantes : 23.061

ul. Bytkowska 1b

40-955 KATOWICE

Tel. : 4832 204 24 62

Fax : 4832 254 02 27

25-27.02.2000

GDYNSKIE TARGI ARTYSTYCZNE

(ropa deportiva)

WORLD TRADE CENTER GDYNIA EXPO S.A.

Ul. Tadeusza Wendy 7/9

81-341 GDYNIA

Tel. : 4858 628 61 67

Fax : 4858 628 61 68

www.wtcexpo.com.pl

e-mail : wtc@wtcexpo.com.pl

29.02.03.03.2000

POZNANSKI TYDZIEN MODY

(ropa, vestidos, tejidos, género de punto, accesorios, ropa inferior, lencería, calzado, productos de cuero, piel, pasamanería textil, ropa deportiva etc.)

Superficie : 31.596 m²

Expositores : 1.221 (218 extranjeros de 30 países)

Visitantes : 31.466

MTP S.A.
Ul.Glogowska 14
60-734 POZNAN
Tel. : 4861 869 25 92
Fax : 4861 866 58 27
www.mtp.com.pl
e-mail : mtp@pol.pl

MARZO

02-04.03.2000

WIATR I WODA

(ropa deportiva, ropa para velistas, telas para velas, paracaídas etc.)

Superficie : 2.782 m2

Expositores :156 (6 extranjeros)

Visitantes : 15.149

DORAM TARGI WYSTAWY PROMOCJA

Ul.Wawelska 78

02-034 WARSZAWA

Tel. : 4822 823 25 13

Fax : 4822 823 25 13

03-05.03.2000

WIOSNA BUDOWLANA 2000

WNETRZE I OGROD

(ropa de trabajo y de protección, tejidos y telas decorativas, accesorios textiles para muebles)

Superficie : 1.288 m2

Expositores : 210

Visitantes : 20.302

MTO s.c.

Al.Pilsudskiego 44

10-577 OLSZTYN

Tel. : 4889 539 10 10

Fax : 4889 539 18 19

www.targi.olsztyn.pl

e-mail : info@targi.olsztyn.pl

08-10.03.2000

DOM

(alfombras, moquetas, tejidos, cortinas, tejidos y telas decorativas para hogar)

BIURO REKLAMY - ZARZAD TARGOW WARSZAWSKICH

Ul.Flory 9/2

00-586 WARSZAWA

Tel. : 4822 849 60 81

Fax : 4822 849 35 84

www.brsa.com.pl

e-mail : biuro_reklamy@brsa.com.pl

09-11.03.2000

GASTRO EXPO 2000

(alfombras, moquetas, ropa de mesa y cama, ropa de trabajo, paños para hostelería, tiendas, almacenes,restaurantes etc.)

Superficie : 1.247 m2

Expositores : 124

Visitantes : 15.000

WORLD TRADE CENTER GDYNIA S.A
Ul.Tadeusza Wendy 7/9
81-341 GDYNIA
Tel. : 4858 628 61 67
Fax : 4858 628 61 68

15-17.03.2000

YARN MARKET

(todo tipo de hilados, hilazas, hilos para la tejeduría y género de punto)

Superficie : 614 m²

Expositores : 48 (3 extranjeros)

Visitantes : 1.050

TEXTILIMPEX S.A.

Ul.Traugutta 25

90-950 LODZ

Tel. : 4842 637 73 03

Fax : 4842 636 77 60

www.textilimpex.com.pl

e-mail : tx.targi1@textilimpex.com.pl

21-24.03.2000

INTERMASZ

(maquinas y tecnología para industria textil, de tejidos, del cuero, vestidos, género de punto)

Superficie : 7.091 m²

Expositores : 212 (113 extranjeros de 15 países)

Visitantes : 15.168

MTP S.A.

Ul.Glogowska 14

60-734 POZNAN

Tel. : 48 61 869 25 92

Fax : 4861 866 58 27

www.mtp.com.pl

e-mail : mtp@pol.pl

23-26.03.2000

DOM

(alfombras, moquetas, tejidos decorativos, tejidos para jardín)

Superficie : 2.637 m²

Expositores : 253

Visitantes : 16.044

CENTRUM TARGOWE KIELCE S.A.

Ul.Zakladowa 1

25-672 KIELCE

Tel. : 4841 366 06 05

Fax : 4841 345 62 61

www.ctk.com.pl

e-mail : ctk@ctk.com.pl

31.03 - 02.04.2000

POLCAMP

(tiendas para campo, sacos de dormir, mochilas, bolsas, parasoles de jardín, hamacas, ropa y calzado deportivo y recreativo)

MTG S.A.

Ul. Beniowskiego 5

80-382 GDANSK

Tel. : 4858 552 36 00

Fax : 4858 552 22 43

www.mtgsa.com.pl

e-mail : sekretariat@mtgsa.com.pl

ABRIL

06-09.04.2000

SPORT REKREACJA 2000

(moda deportiva, ropa, vestidos, calzado)

Superficie : 1.940 m2

Expositores : 127 (10 extranjeros de 6 países)

Visitantes : 12.600

MT - POLSKA S.A.

Ul. Koszykowa 24/12

00-553 WARSZAWA

Tel. : 4822 622 31 79

Fax : 4822 622 31 76

www.mtpolska.com.pl

e_mail : mtpolska@mtpolska.com.pl

13-16.04.2000

GLOB

(ropa deportiva, accesorios turísticos, calzado deportivo)

Superficie : 2.626 m2

Expositores : 288 (15 extranjeros de 9 países)

Visitantes : 28.700

MTK S.A.

Ul. Bytkowska 1b

40-955 KATOWICE

Tel. : 4832 204 24 62

Fax : 4832 254 02 27

MAYO

10-12.05.2000

BHP

(ropa de trabajo y de protección)

Superficie : 2.852 m2

Expositores : 218 (2 extranjeros)

Visitantes : 6.211

MTK S.A.

Ul. Bytkowska 1b

40-955 KATOWICE

Tel. : 4832 204 24 62

Fax : 4832 254 02 27

16-18.05.2000

TARGI LESNE

(ropa de trabajo y de protección para los trabajadores del bosque)

Superficie : 1.635 m²

Expositores : 86 (10 extranjeros de 6 países)

Visitantes : 8.720

BIURO REKLAMY S.A. ZTW

Ul.Flory 9/2

00-950 WARSZAWA

Tel. : 4822 649 60 81

Fax : 4822 649 35 84

18-20.05.2000

TARGI KONSERWACJI ZABYTKOW

(material y tecnologías de conservación de telas y pieles)

TARGI W KRAKOWIE S.A.

Ul.Basztowa 23/4

31-156 KRAKOW

Tel. : 4812 423 01 83

Fax : 4812 4123 01 56

26-27.05.2000

FESTIWAL TECHTEXTILPLAST

(tejidos técnicos)

SAKO EXPO TEXTILPLAST s.c.

Ul.Aleksandria 6

95-035 OZORKOW

Tel. : 4842 718 36 28

Fax : 4842 718 36 28

JUNIO

01-04.06.2000

MODA I URODA

(moda femenina, masculina, juvenil, para los niños, ropa deportiva, ropa de trabajo, vestidos de novia, vestidos oficiales , calzado, pieles, tejidos, telas, confección, género de punto, accesorios de moda, tecnologías y materias primas para la industria textil)

Superficie : 616 m²

Expositores : 66 (3 extranjeros)

Visitantes : 3.403

MTK S.A.

Ul.Bytkowska 1b

40-955 KATOWICE

Tel. : 4832 204 24 62

Fax : 4832 254 02 27

SEPTIEMBRE

05-08.09.2000

POZNANSKI TYDZIEŃ MODY

TARGI SPRZETU I ODLIEŻY SPORTOWEJ

(ropa, vestidos, tejidos, género de punto, accesorios textiles, ropa interior, lencería, productos tejidos, género de punto, calzado, ropa deportiva y turística, pieles, pasamanería de piel, productos de cuero, pasamanería para vestidos, pasarelas de moda, concursos, encuentros de proyectantes de moda)

Superficie : 33.379 m2
Expositores : 1.321 (271 extranjeros de 25 países)
Visitantes : 28.281
MTP S.A.
Ul.Glogowska 14
60-734 POZNAN
Tel. : 4861 869 25 92
Fax : 4861 866 58 27
www.mtp.com.pl
e-mail : mtp@pol.pl

19-22.09.2000

MTSOPRiR SAWO

(ropa de trabajo y de protección)
Superficie : 6.659 m2
Expositores : 336 (17 extranjeros de 5 países)
Visitantes : 6.047
MTB SAWO S.A.
Ul.Dworcowa 81
85-959 BYDGOSZCZ
Tel. : 4852 581 11 77
Fax : 4852 581 11 76
www.targi-sawo.com.pl
e-mail : sawo@psi.com.pl

21-24.09.2000

HOUSEBUILDING

(alfombras, moquetas, tapetes, tejidos para hogar)
Superficie : 9.869 m2
Expositores : 436 (14 extranjeros de 10 países)
Visitantes : 24.239
MTG S.A.
Ul.Beniowskiego 5
80-382 GDANSK
Tel. : 4858 552 36 00
Fax : 4858 552 22 43
www.mtgsa.com.pl
e-mail : sekretariat@mtgsa.com.pl

27-29.09.2000

WYSTAWA KOMUNIKACJI

(ropa de trabajo y de protección)
MT LODZKIE S.A.
Ul.Wolczanska 199
90-531 LODZ
Tel. : 4842 636 29 83
Fax : 4842 637 29 35
www.mtl.lodz.pl
e-mail : info@mtl.lodz.pl

OCTUBRE

04-05.10.2000

CLO I GRANICA

(ropa de trabajo y de protección, uniformes)

BIURO REKLAMY S.A. - ZTW

Ul.Flory 9/2

00-586 WARSZAWA

Tel. : 4822 849 60 81

Fax : 4822 849 35 84

04-06.10.2000

YARN MARKET

(todo tipo de hilazas, hilados, hilos para tejeduría y género de punto)

Superficie : 601 m²

Expositores : 50 (6 extranjeros)

Visitantes : 1.100

TEXTILIMPEX S.A.

Ul.Traugutta 25

90-95- LODZ

Tel. : 4842 637 73 04

Fax : 4842 636 77 60

12-14.10.2000

KRAJOWE TARGI ODZIEZY ZAWODOWEJ

(ropa profesional de trabajo, ropa de protección, vestidos de servicio, uniformes, materias primas para la producción de vestidos, calzado de trabajo, camisetas y cazadoras especiales, tejidos especiales)

INTERSERVIS S.A.

Ul.Piotrkowska 249/251

90-456 LODZ

Tel. : 4842 637 12 15

Fax : 4842 637 13 59

www.interservis.lodz.pl

e-mail : intersrv@lodz.pdi.net

27-29.10.2000

TARGI KONSUMPCYJNE

(promoción de los sectores : textil, vestidos, tejidos)

Superficie : 560 m²

Expositores : 63

Visitantes : 4.500

TARGI REGIONALNE LESZNO S.C.

Ul.Szybownikow 139

64-100 LESZNO

Tel. : 4865 520 64 60

Fax : 4865 520 74 26

NOVIEMBRE

07-09.11.2000

BHP

(ropa de trabajo y de protección)

CTK S.A.

Ul.Zakladowa 1

25-672 KIELCE
Tel. : 4841 366 06 05
Fax : 4841 345 62 61
www.ctk.com.pl
e-mail : ctk@ctk.co.pl

09-12.11.2000

BOATSHOW 2000

(velas, vestidos marítimos, ropa deportiva, ropa especial, monos)
INTERSERVIS S.A.
Ul.Piotrkowska 249/251
90-456 LODZ
Tel. : 4842 637 12 15
Fax : 4842 637 13 59

15-17.11.2000

TE-TEX

(Productos textiles técnicos, textiles industriales, materiales textiles para la construcción, tejidos técnicos, tejidos especiales para la agricultura, motorizaron etc)
TEXTILIMPEX S.A.
Ul.Traugutta 25
90-950 LODZ
Tel. : 4842 637 73 03
Fax : 4842 637 77 60
www.textilimpex.com.pl
e-mail : tx.targi1@textilimpex.com.pl

23-25.11.2000

HORECA

(manteles, cortinas, persianas, parasoles, paraguas, alfombras, moquetas ropa de cama, tejidos para hosteleria)
Superficie : 1.630 m2
Expositores : 106
Visitantes : 7.500
TARGI W KRAKOWIE S.A.
Ul.Basztowa 23/4
31-156 KRAKOW
Tel. : 4812 423 01 83
Fax : 4812 423 01 56
www.targi-w-krakowie.com.pl
e-mail : biuro@targi-w-krakowie.com.pl

28-30.11.2000

WSZYSTKO DLA DZIECKA

(todo para el niño, calzado, vestidos, ropa, paños, pañuelos, confección femenina, vestidos para mujeres embarazadas)
Superficie : 510 m2
Expositores : 37 (3 extranjeros)
Visitantes : 5.780
BIURO REKLAMY S.A. - ZTW
Ul.Flory 9/2
00-586 WARSZAWA
Tel. : 4822 849 60 81
Fax : 4822 849 35 84

DICIEMBRE

03-05.12.2000

KRAK-FASHION 2000

(moda femenina, masculina, juvenil, infantil, vestidos de deporte, calzado, productos de piel, pasamanería, tejidos)

Superficie : 364 m²

Expositores : 64

Visitantes : 2.291

CENTRUM TARGOWE CHEMOBUDOWA KRAKOW S.A.

Ul.Klimeckiego 14

30-706 KRAKOW

Tel. : 4812 656 14 66

Fax : 4812 656 78 03

www.centrumtargowe.com.pl

e-mail : targi@chemobudowa.pl

Adicionalmente a partir del año 2000 y con el objetivo de fomentar el sector de tejidos se organizan en Lodz y en Pabianice (cerca de Lodz) dos exposiciones profesionales del sector de tejidos organizadas por los fabricantes y principales operadores.

7.5. Revistas del sector textil

Journal Textylny

Ul.Jadzwingow 14

02-692 WARSZAWA

Tel. : 4822 853 0016

Fax : 4822 853 67 11

www.journal.textil.com.pl

e-mail : pwf@pwf.com.pl

Przegląd Włokienniczy

Ul.Komuny Paryskiej 5A

90-950 LODZ

Tel. : 4842 632 31 30

Fax : 4842 630 64 87

www.pol.pl/sigma_not

e-mail : infor.sigma@pol.pl

Textilia Forum

Editor : INFOSCAN

Ul.Traugutta 25

90-950 LODZ

Tel. : 4842 632 40 47

Fax : 4842 632 35 42

e-mail : biuro@infoscan.com.pl

Włokno Odzież Skóra Wiadomości

Editor : SIGMA-NOT

Ul.Ratuszowa 11

03-450 WARSZAWA

Tel. : 4822 818 09 18

Fax : 4822 619 21 87

www.pol.pl/sigma_not

e-mail : kolp.sigma@pol.pl

7.6. Otras direcciones de interés para los inversores

Panstwowa Agencja Inwestycji Zagranicznych (Agencia Estatal de Inversiones Extr.)
Al.Roz 2
00-556 WARSZAWA
Tel.4822 621 62 61
Fax : 4822 621 84 27

Embajada de la República de Polonia en Madrid
C/Guisando 23b
28035 MADRID
Tel. : 3491 373 60 49
Fax : 3491 373 66 24

Oficina de Consejero Comercial en Madrid
Av.Dr Arce 25
28002 MADRID
Tel. : 3491 590 12 80
Fax : 3491 561 51 08

Consulado de la República de Polonia en Barcelona
Av.Diagonal 593-595
Barcelona
Tel. : 3493 322 72 34
Fax : 3493 322 29 07

Lodzka Agencja Rozwoju Regionalnego (Agencia del Desarrollo Regional)
Ul.Tuwima 22/26
90-002 LODZ
Tel. : 4842 632 18 92
Fax : 4842 633 07 63

Fundacja Restrukturyzacji Regionu Lodzkiego (Fundacion de Reestructuracion - Lodz)
Ul.Tuwima 22/26
90-002 LODZ
Tel. : 4842 632 00 41
Fax : 4842 630 17 41

Bielska Agencja Rozwoju Regionalnego (agencia de Desarrollo Regional de Bielsko-Biala)
Ul.Legionow 57
43-300 Bielsko Biala
Tel. : 4833 16 91 62
Fax : 4833 12 26 75

Polska Asocjacja Rozwoju Regionalnego (Agencia de Desarrollo Regional de Polonia)
Ul.Polna 40
00-635 WARSZAWA
Tel. : 4822 625 80 50
Fax : 4822 625 64 96

7.7. Direcciones útiles en Internet

Miedzynarodowe Targi Poznanskie
www.mtp.pol.pl
e-mail : ptm@mtp.com.pl

Polski Instytut Targowy - Gazeta Targowa
www.gazetatargowa.pl
e-mail : pit@gazetatargowa.pl

Polish Trade Fair Corporation
www.polfair.com.pl
e-mail : info@polfair.com.pl

Lipskie Targi Mody
www.leipzig-messe.de
e-mail : k.slawska@leipzig-messe.kiq.pl

Interstoff Frankfurt
www.messe21.com
e-mail : info@poland.messefrankfurt.com

Moda News
www.moda.com.pl
e-mail : biuro@moda.com.pl

Ferías textiles en Polonia
www.textilimpex.com.pl
e-mail : tx.targi1@textilimpex.com.pl

Wschodnioeuropejskie Centrum Handlu
World Trade Center Gdynia Expo
www.wtcexpo.com.pl
e-mail : wtc@wtcexpo.com.pl

Panorama Firm - Paginas amarillas
www.panoramafirm.com.pl
www.polishpages.com.pl
e-mail : marketing@panoramafirm.com.pl

7.8. Fuentes/Bibliografía

- Brukowa Centrum Handlowe s.c. Lodz
- Centrum Handlowe Ptak S.A. Tuszyn/Rzgow
- Confimex S.A. Lodz
- Elana S.A. Zakład Włókien Ciętych i Ciągłych -Torun
- Gazeta Targowa - Polski Instytut Targowy w Poznaniu
- Gazeta Wyborcza
- Journal Tekstylny - Lodz
- Kancelaria Prawnicza Wrzesinska & Lao s.c. Lodz
- Lodzka Agencja Rozwoju Regionalnego
- Lodzka Izba Przemyslowo-Handlowa
- Ortal S.A. Lodz
- Ortal Decor Lodz
- Ost-West Contact

- Pamotex S.A. Pabianice
- Panorama Firm
- Polcotex S.A. Lodz
- Polmerino Przedzalnia Czesankowa Lodz
- Polska Izba Przemyslu Lekkiego
- Polska Izba Przemyslu Tekstynego
- Poznanski Magazyn Targowy MTP - Polska 2000
- Prochnik S.A. Lodz
- Przegląd Włokienniczy + Technik Włokienniczy
- Roczniak Targi w Polsce -1999
- Rynki Zagraniczne
- Rzeczpospolita
- Telimena S.A.Lodz
- Textilipex S.A. Lodz - Dzial Ogolno-Handlowy, Dzial Targow+Yarn Market
- Textilwirtschaft
- Textylia Forum Polska Izba Handlu Zagranicznego
- Trade Fairs in Poland Report - Polska Korporacja Targowa
- Wiadomosci Gospodarcze - Wirtschaftsnachrichten
- Wiadomosci Tekstylne
- Włokno Odziej Skora Wiadomosci
- Wydzial Inwestycji Urzedu Miasta Lodzi.

