

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Viena

# Notas Sectoriales

## El mercado del calzado en Austria

ICEX

# El mercado del calzado en Austria

Esta nota ha sido elaborada por María Pérez Cámara  
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Co-  
mercial de la Embajada de España en Viena

Septiembre 2011

## ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>6</b>
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
<b>II. OFERTA</b>	<b>8</b>
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	9
3. Importaciones	11
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>18</b>
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>24</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>26</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>30</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>31</b>
1. Ferias	31
2. Publicaciones del sector	31
3. Asociaciones	33
4. Otras direcciones de interés	33
5. Otros datos de interés	34

### CONCLUSIONES

Austria es un país pequeño pero con un alto poder adquisitivo. Este factor unido a que la distribución de la riqueza entre sus habitantes es muy homogénea, lo sitúa como un país muy atractivo para el exportador español.

En los últimos años la producción de calzado austriaco ha descendido notablemente y han cerrado muchas empresas productoras. La fuerte competencia extranjera, los altos costes de mano de obra y la progresiva concentración del comercio han sido los principales problemas que han afectado a la producción. Esto ha llevado a los fabricantes austriacos a especializarse en su producción y a la deslocalización de las fábricas a países del este cercanos a Austria, lo que les permite un control continuo sobre sus productos.

El consumo aparente se ha doblado en los últimos siete años. En 2010 se situó en la media europea, alrededor de cinco pares al año. Sin embargo, los austriacos están dispuestos a gastar más dinero en su calzado que la media europea, lo que provoca una polarización hacia los productos del segmento alto, siendo el calzado de gama media el que menos ha crecido en los últimos años. Las marcas no tienen mucha importancia, sin embargo sí que tiene importancia la imagen del comerciante. El calzado español presente en el mercado está muy bien situado y cada vez es más visible gracias a que se vende en los comercios más prestigiosos y valorados.

El gasto de los austriacos en calzado ha aumentado en los últimos años. En el 2010 gastaron 1,44 billones de euros un 25% más que hace veinte años. Están cada vez más preocupados por la salud de sus pies, lo que les lleva a comprar calzado de calidad y que lo que más valoren en un establecimiento sea la relación calidad/precio. Esta preocupación por su salud no les impide estar atentos a la moda y a seguir las tendencias actuales de calzado.

El sector del comercio también se encuentra en reestructuración. El comercio minorista está cada vez más concentrado, las grandes cadenas de calzado como Leder & Schuh o la alemana Ara poseen la mayoría de la cuota de mercado austriaca. Además de la concentración, el comercio austriaco se está verticalizando. Una gran parte de las cadenas posee también sus propios centros de producción.

Las importaciones de calzado crecieron un 12% en 2010 hasta superar los 833 millones de euros los 61 millones de pares, un 7% más que en el 2009. Las importaciones provenientes de Asia han aumentado en los últimos años, las de China ocupan el 41% de las importaciones totales. Casi el 60% de las importaciones austriacas son de calzado de cuero con suela

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

de otro material, especialmente zapatos, pero también sandalias y botas. España es el undécimo proveedor de calzado a Austria, siendo el calzado de cuero la partida más importante, especialmente los zapatos.

La vía de entrada recomendada en el mercado austriaco para las empresas españolas que quieran exportar sus productos es a través de agentes, que acceden a las asociaciones de compra o a las grandes cadenas de calzado, ya que son bastante receptivas al calzado español y dominan la mayor parte del mercado.

The image shows a large, faint watermark of the word "ICEX" centered within a rectangular border. The text is in a bold, sans-serif font and is significantly lighter than the surrounding page content, serving as a background watermark.

# I . DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Dentro de la industria de la moda uno de los sectores más importantes es el del calzado. Este estudio se centrará en el mercado del calzado en Austria y abarcará todo tipo de calzado, exceptuando el calzado deportivo y las partes del calzado.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El objetivo de este estudio es analizar el mercado del calzado en Austria, entendiendo como tal los productos incluidos en el capítulo 64 en la nomenclatura del Sistema Armonizado (HS/SA) incluido en la sección XII. Se excluirán de este capítulo, como ya se ha señalado, las partidas de calzado deportivo y las de partes del calzado.

A continuación se detallan las partidas que serán objeto del estudio:

CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN
<b>64</b>	CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS
<b>PARTIDA</b>	
<b>6401</b>	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
640110	- Calzado con puntera metálica de protección - Los demás calzados
640192	- Que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla
640199	- Los demás calzados
<b>6402</b>	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
640220	- Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por teto-

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

640291	nes (espigas) - Los demás calzados - Que cubran el tobillo
640299	- Los demás calzados
<b>6403</b>	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
640320	- Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo pulgar.
640340	- Los demás calzados, con puntera metálica de protección. - Los demás calzados, con suela de cuero natural.
640351	- Que cubran el tobillo
640359	- Los demás calzados
640391	- Los demás calzados - Que cubran el tobillo
640399	- Los demás calzados
<b>6404</b>	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil.
640419	- Calzado con suela de caucho o plástico - Los demás
640420	- Calzado con suela de cuero natural o regenerado
<b>6405</b>	Los demás calzados
640510	- Con la parte superior de cuero natural o regenerado
640520	- Con la parte superior de materia textil
640590	- Los demás

## II. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Con algo más de 8,3 millones de habitantes y una de las rentas per cápita más altas de la Unión Europea (32.900€ frente a los 23.100€ de España en 2010<sup>1</sup>), Austria es un mercado altamente desarrollado.

A pesar de ser un país relativamente pequeño, debemos tener en cuenta la importancia del turismo en la economía. En 2010 Austria contó con 33,4 millones de pernoctaciones. Durante el año 2010 el turismo supuso unas ventas de 250 millones de euros, un 27% más que en 2009, y se prevé un crecimiento aún más fuerte para 2011. Alrededor de un 25% de la facturación total de Austria se produjo por compras hechas por turistas rusos, las cuales crecieron el último año un 31%. El mercado asiático y las compras de clientes provenientes de regiones árabes han contribuido a este crecimiento.

#### CONSUMO APARENTE DE CALZADO EN 2010, 2009 y 2003

	2010		2009		2003	
	Pares	Euros	Pares	Euros	Pares	Euros
<b>Producción</b>	1.584.462	69.558.832	1.658.861	70.874.000	6.323.357	173.156.190
Calzado de calle	1.094.106	52.652.832	1.327.358	58.758.500	6.029.925	163.680.190
Sandalias	490.356	16.906.000	331.503	12.115.500	293.432	9.476.000
<b>Importaciones</b>	61.214.570	833.286.330	57.794.869	741.326.920	43.852.108	632.520.000
<b>Exportaciones</b>	18.931.334	456.823.950	20.865.238	429.698.900	28.497.773	432.093.230
<b>Consumo aparente</b>	43.867.698	446.021.212	38.588.492	382.502.020	21.677.692	273.901.060
<b>Consumo per cápita</b>	5,28	53,74	4,65	46,08	2,68	33,81

Fuente: Statistik Austria (Instituto Nacional de Estadística de Austria) y Verband der Schuhindustrie (Asociación de la Industria del calzado)

Consumo aparente: Producción + Importaciones - Exportaciones

<sup>1</sup> Fuente: Eurostat



## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

La Asociación Austriaca de la Industria del Calzado, Verband der Schuhindustrie proporciona la producción total de sus asociados, entre ellos se encuentran miembros productores de todo tipo de calzado, tanto de calle, como deportivo, de montaña o de trabajo. Esta cifra la desglosa parcialmente, proporcionando la producción de su producto más significativo, el calzado de calle y las sandalias, que son las cifras que se han tenido en cuenta para el estudio.

El consumo aparente de calzado en Austria en 2010 fue de casi 44 millones de pares y 446 millones de euros, como se muestra en la tabla anterior, muy superior a los 21,5 millones de pares y los casi 274 millones de euros de 2003. Dado que la población austriaca supera los 8,3 millones de personas, su consumo per cápita fue de 5,28 pares en ese año, mientras que el consumo en España superó en esta misma fecha los 6 pares al año. El consumo en Austria está en la media europea, que es alrededor de 5 pares de calzado al año por persona.

El gasto medio por persona ha pasado de 33,81 euros en 2003 a 46 euros en 2009 y en el último año creció un 17% alcanzando los 53,74 euros en 2010.

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La industria del calzado austriaca ha sufrido una gran caída en los últimos años. A comienzos de los años 80 había en Austria 70 fabricantes de calzado, a día de hoy sólo se mantienen 22, ya que se ha trasladado la producción a países más baratos en Asia o Europa del Este para poder mantener la competitividad. Muchas empresas alemanas que tenían sus fábricas en Austria debido a su buena posición geográfica se han visto obligadas a cerrar estos últimos años debido a los altos costes que les suponía.

### PRODUCCIÓN DE CALZADO EN AUSTRIA 2009 - 2010

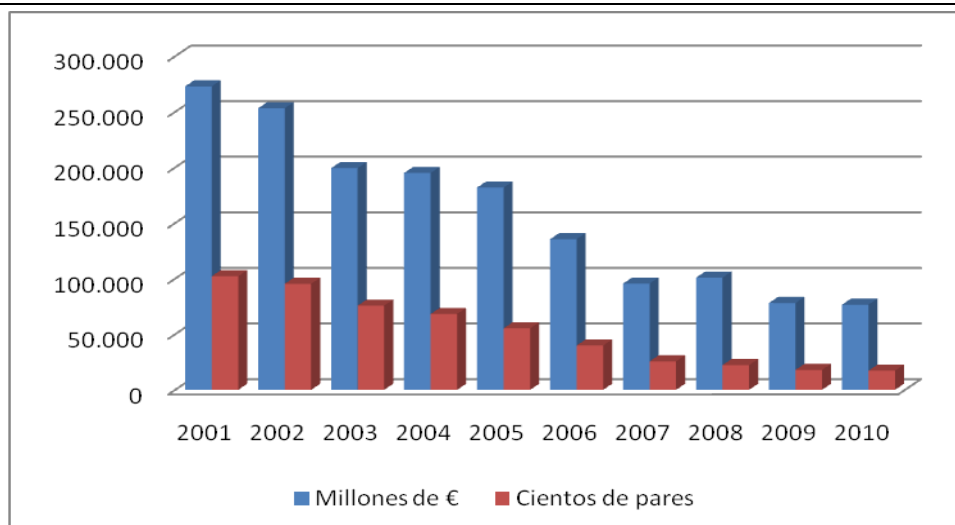
	Pares			Valor en €		
	2009	2010	Variación 2010/09	2009	2010	Variación 2010/09
<b>Producción total*</b>	1.791.235	1.726.023	-22.5%	78.116.000	76.554.032	-24.1%
<b>Calzado de calle</b>	1.327.358	1.094.106	-36.7%	58.758.500	52.652.832	-34.4%
De cuero para señora	1.233.640	990.855	-39.6%	52.935.000	46.361.332	-37.3%
<b>Sandalias</b>	331.503	490.356	42.5%	12.115.500	16.906.000	32.6%

\*Incluye la producción de calzado deportivo  
Fuente: Verband der Schuhindustrie

La producción de calzado austriaco ha ido disminuyendo rápidamente desde el año 2001, como se puede ver en la gráfica que se muestra a continuación. La mayor parte de la producción se concentra en el calzado de calle, que ha sido el que más recortes ha sufrido. Sin embargo, la producción de sandalias ha aumentado desde entonces.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

### EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO EN AUSTRIA (2001-2010)



Fuente: Verband der Schuhindustrie (Asociación de la Industria del Calzado)

De las 3.700 personas empleadas en esta industria en el año 2000, en 2010 quedan menos de 1.300 trabajadores. Sin embargo, las marcas de calzado austriacas han sabido mantener su posición en el mercado mundial gracias a la calidad de sus productos.

La Asociación de la Industria del Calzado contó en 2009 con 22 miembros. Estas empresas suponen prácticamente todas las existentes en Austria, pues las que no se unen a la asociación no tienen relevancia a la hora de realizar estudios sobre la producción por tratarse de pequeños talleres artesanos. En la tabla a continuación se detallan los datos laborales de la industria del calzado.

### EMPRESAS Y EMPLEADOS EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO (2000-2009)

Año	Empresas	Empleados	Variación
2000	29	3.657	-4,6%
2001	28	3.650	-0,2%
2002	27	3.258	-10,7%
2003	25	2.607	-20,0%
2004	25	2.210	-15,2%
2005	24	1.885	-14,7%
2006	23	1.601	-15,1%
2007	23	1.386	-13,4%
2008	23	1.391	+0,4%
2009	22	1.285	-7,6%

Fuente: Verband der Schuhindustrie (Asociación de la Industria del Calzado)

Las empresas austriacas productoras de calzado se encuentran en proceso de reestructuración y especialización cuya consecuencia son estos descensos en la producción y en el número de empleados. Los productores austriacos se especializan cada vez más, dedican-

dose a productos que requieren mayor tecnología y más competitivos en los mercados internacionales.

Debido a los altos costes de mano de obra en Austria, la producción se está deslocalizando, siendo los destinos predilectos para el emplazamiento de nuevas plantas de producción los países del este, con los cuales Austria tiene una gran tradición de relaciones comerciales gracias a la cercanía de los mismos. Esta cercanía permite a los empresarios austriacos vigilar la producción y reducir los costes de transporte.

La progresiva concentración de los comerciantes minoristas de calzado, como se verá en el análisis de la distribución, dota a éstos de mayor poder negociador y tamaño de pedidos suficientemente grande como para considerar tratar directamente con los productores extranjeros o incluso tener producción propia en otros países. Para solventar este problema los productores austriacos se han tenido que hacer más flexibles, adaptándose a las necesidades del vendedor. De esta adaptación surgen nuevas colaboraciones que llegan a veces a desembocar en procesos de integración vertical, bien desde el punto de vista del comerciante –adquiriendo y controlando la producción- o bien desde la del fabricante –estableciendo puntos de venta propios donde vender sus productos.

### 3. IMPORTACIONES

A continuación se presenta una visión de la evolución de las importaciones austriacas de calzado, tanto en valor como en volumen según su país de origen. Después se muestra la evolución de las importaciones según el tipo de calzado y las exportaciones austriacas al resto del mundo. Por último se verán más detalladamente las importaciones austriacas de calzado proveniente de España, en valor, en volumen y por tipo de producto.

#### 3.1. Importaciones en valor

Austria importó en el año 2010 más de 833 millones de euros, un 12% más que el año anterior, y superó los 61 millones de pares de zapatos, lo que supuso un aumento de las importaciones de casi un 7%. Las importaciones de calzado supusieron un 0,9% de las importaciones totales que llevó a cabo Austria en el último año<sup>2</sup>.

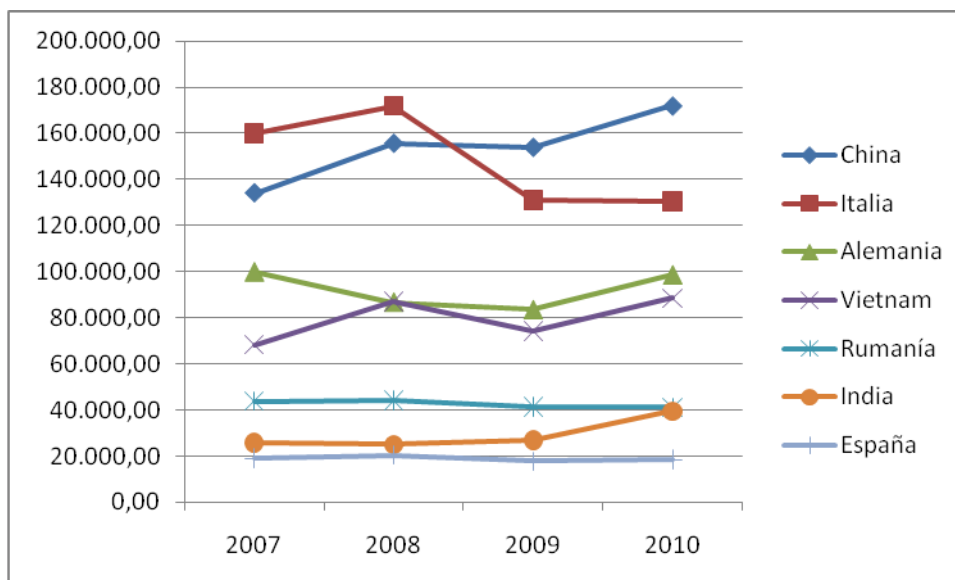
Los principales socios comerciales de Austria en cuanto al calzado han sido tradicionalmente Alemania e Italia. Sin embargo desde el año 2007 el calzado proveniente de China se ha colocado en el número uno de las importaciones austriacas con una gran diferencia, ya que supuso algo más del 40% de las importaciones de calzado en 2010.

---

<sup>2</sup> Fuente: Statistik Austria

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CALZADO POR ORIGEN EN VALOR (2007-2010)



Fuente: Statistik Austria

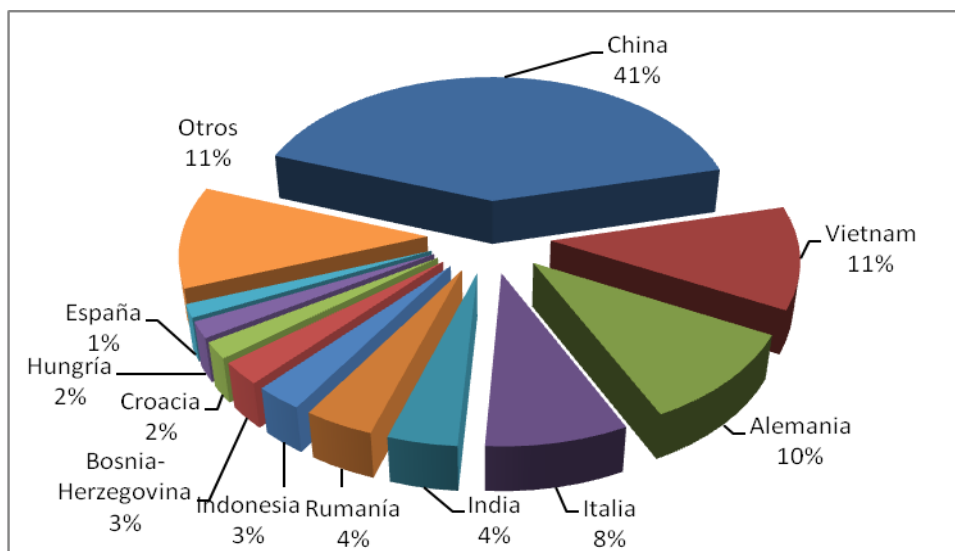
En el gráfico superior y en la tabla del anexo 5 se aprecia el fuerte crecimiento de los países asiáticos en el mercado del calzado en Austria. El aumento más notable fue el de Indonesia con un crecimiento del 165% en el periodo estudiado, le siguen India, Vietnam y China. El único país que ha sufrido una caída considerable en el periodo analizado ha sido Italia, mientras que otros países europeos como Alemania, Rumanía o España se han mantenido en cifras similares a años anteriores, pero han ido perdiendo cuota de mercado.

Cabe mencionar que las partes de calzado no se incluyen en las tablas, ya que se miden en unidades de peso. Es por este motivo que países exportadores de partes de calzado como España se encuentran situados en los puestos bajos de la tabla.

A pesar de que las cifras de las importaciones provenientes de España se hayan mantenido constantes con respecto a años anteriores, su presencia es más visible en el país austriaco y cada vez ocupan un lugar más importante. La principal causa de que esto no se refleje en las cifras es debido a que un porcentaje considerable del calzado español entra en Austria a través de agentes o distribuidores de Alemania.

### 3.2. Importaciones en volumen

#### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CALZADO POR ORIGEN EN VOLUMEN (2010)



Fuente: Statistik Austria

España fue en 2010 el undécimo proveedor de calzado de Austria con una cuota de mercado de 1,45%. Esta cifra ha disminuido con respecto a la cuota de 2007, cuando España tuvo un 1,53%.

Países asiáticos como China (con el 41% de las importaciones), Vietnam (11%), o en menor medida India (4%) e Indonesia (3%) están entre los principales proveedores de calzado a Austria en 2010. Es interesante la evolución que han tenido estos países, que de apenas estar presentes hace cinco años han pasado a copar las importaciones de la mayor parte de los países europeos, entre ellos las de Austria.

Alemania e Italia, que tradicionalmente fueron los principales proveedores de calzado a Austria, han caído este último año a los puestos tercero y cuarto respectivamente.

### 3.3. Importaciones por productos

El calzado tiene un capítulo propio en la Nomenclatura del Sistema Armonizado. Este capítulo se divide en distintas partidas que distinguen los distintos tipos de calzado en cinco grupos principales, calzado de cuero, impermeable, de plástico, textil y los demás. Dentro de cada partida se distingue por el tipo de suela que lleva cada uno, si lleva puntera metálica, si es calzado deportivo o si son zapatos, botas o sandalias. En el mismo capítulo se incluye la partida de partes de calzado que no se ha tenido en cuenta en el estudio.

Más de la mitad de las importaciones de calzado de Austria en 2010 fueron de calzado de cuero, tal y como se ve en la gráfica siguiente. En segundo lugar se encontraron las importaciones de calzado de plástico no impermeable con un 25%, que tiene unos precios mucho más bajos que el calzado de cuero, lo que hace que la diferencia en volumen no sea tan am-

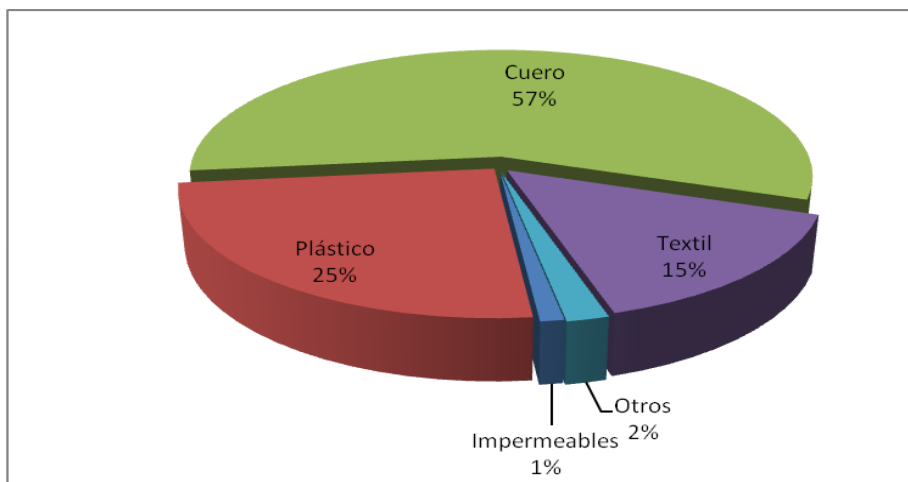
## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

plia. El calzado textil supuso un 15% de las importaciones en el último año. El restante 3% se repartió entre el resto de productos.

### CUOTAS POR PARTIDA EN VALOR (2010)

---



Fuente: Statistik Austria

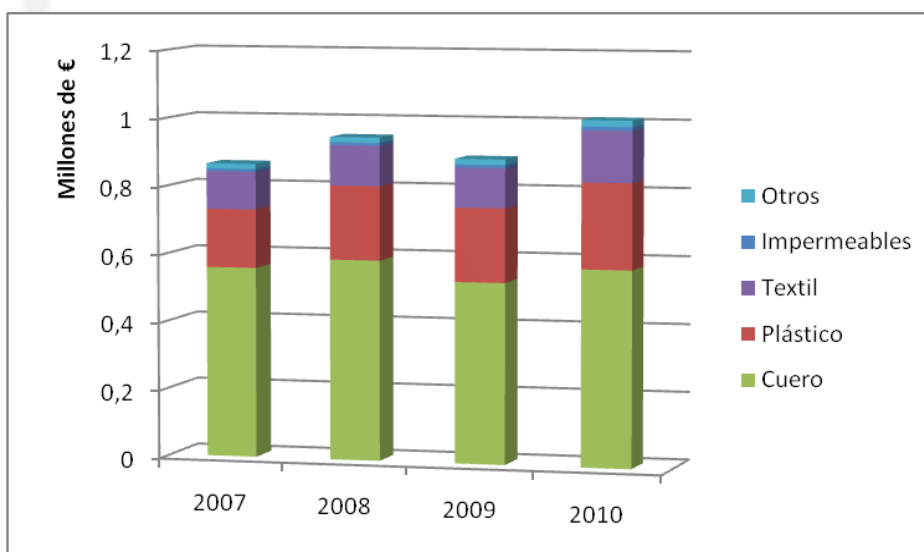
---

En el siguiente gráfico podemos ver la evolución de las importaciones de calzado en los últimos cuatro años. Las importaciones totales han crecido en el periodo estudiado como ya se ha visto anteriormente, aunque las cifras difieran de las que se muestran en el gráfico siguiente, al estar aquí incluido el calzado deportivo.

Se puede observar que la evolución total de las importaciones tiene la misma tendencia que la del calzado de cuero, aunque esta partida se haya mantenido más o menos constante, el total de las importaciones se ha visto incrementado gracias al aumento del calzado de plástico y textil.

### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES POR PARTIDA (2007-2010)

---



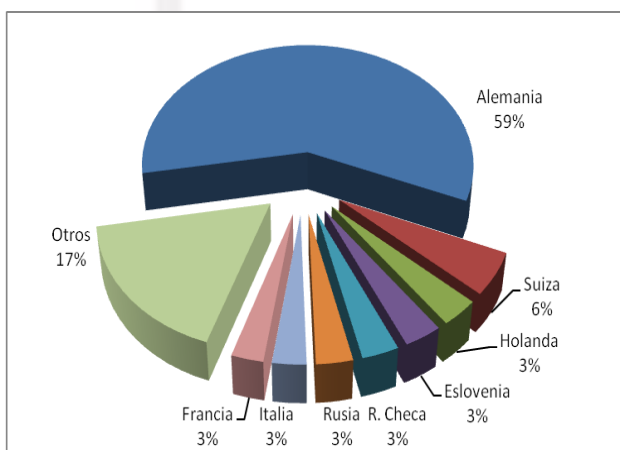
Fuente: Statistik Austria

### 3.4. Exportaciones austriacas

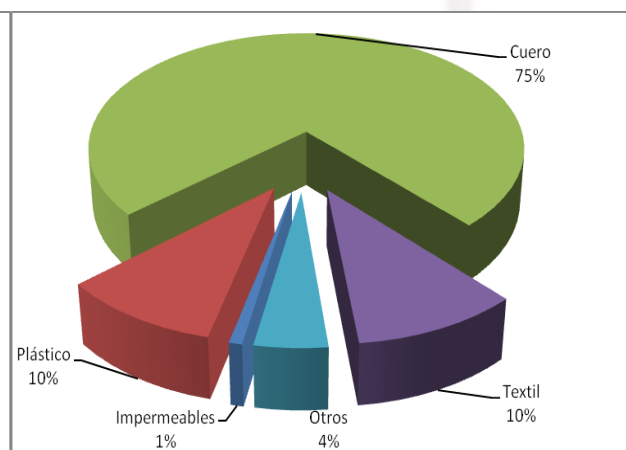
Las exportaciones austriacas se dirigen principalmente a Alemania, que recibe cerca de dos tercios del calzado exportado. El resto de importaciones se dirige especialmente a mercados cercanos como Suiza, Eslovenia o República Checa. Las exportaciones austriacas de calzado suponen el 0,5% de las exportaciones totales de Austria<sup>3</sup>. España ocupa el puesto 23 entre los países receptores de calzado austriaco. En el gráfico a continuación se muestran los principales destinos de las exportaciones austriacas en el año 2010 y la distribución entre los distintos tipos de calzado.

### EXPORTACIONES AUSTRIACAS DE CALZADO 2010

Por país de destino:



Por tipo de calzado:



Fuente: Statistik Austria (Instituto de Estadística de Austria)

Tres cuartas partes de las exportaciones fueron de calzado de cuero, seguidas de las exportaciones de calzado textil y de plástico con un 10% cada una de ellas.

Las exportaciones austriacas se han mantenido constantes en los últimos cuatro años, rondando en todos ellos los 450 millones de euros. La balanza comercial del calzado en Austria es tradicionalmente negativa. En el año 2010 la balanza fue negativa por más de 376 millones de euros. Esto último se debe fundamentalmente a que las empresas austriacas del sector, tanto los distribuidores como las grandes cadenas de calzado, están muy presentes en los países cercanos.

### 3.5. Exportaciones de calzado español a Austria

Para España, Austria ha sido el cliente número 15 en 2010 en valor, puesto en el que se ha mantenido desde el año 2006.

<sup>3</sup> Fuente: Statistik Austria

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

El calzado de piel de señora supuso en 2010 cerca del 57% de las exportaciones españolas de calzado a Austria en valor, mientras que en volumen no llegaron al 40%. Esto es debido principalmente a que este tipo de calzado es el que tiene los precios más altos.

Como ya se ha visto anteriormente España es el undécimo proveedor de calzado de Austria, tanto en valor como en volumen. En la tabla a continuación se muestran las principales partidas importadas por Austria provenientes de España.

### PRINCIPALES PARTIDAS IMPORTADAS DE ESPAÑA EN VALOR (2007-2010)

Miles de euros	2007	2008	2009	2010	Variación 2010/09	Variación 2010/07
<b>1. 640399</b>	7.132,05	8.138,90	6.808,01	9.591,12	41%	34%
<b>2. 640391</b>	2.288,87	2.968,86	2.320,85	2.432,47	5%	6%
<b>3. 640359</b>	2.514,90	1.803,39	1.868,07	1.855,30	-1%	-26%
<b>4. 640299</b>	1.598,93	1.673,84	908,01	1.831,81	102%	15%
<b>5. 640419</b>	617,86	493,79	822,72	1.511,19	84%	145%
<b>6. 640351</b>	3.591,36	4.290,18	4.441,66	700,86	-84%	-80%
<b>Otros</b>	1.302,70	1.037,23	661,12	519,45	-21%	-60%
<b>TOTAL</b>	<b>19.046,67</b>	<b>20.406,19</b>	<b>17.830,44</b>	<b>18.442,20</b>	<b>3%</b>	<b>-3%</b>

Fuente: Statistik Austria

Las seis primeras partidas suponen casi el total de las importaciones austriacas de calzado provenientes de España. Cuatro de estas seis partidas forman parte del grupo 6403, calzado de cuero.

La partida más importante, la 640399, con más del 50% de las importaciones es el zapato de cuero con suela de caucho, plástico, cuero artificial o regenerado, que ha tenido en el último año un crecimiento de un 41%, con un valor de más de 9,5 millones de euros. A continuación están las importaciones de botas de cuero con suela de caucho, plástico, cuero artificial o regenerado, partida 640391, que ha crecido un 6% en el periodo estudiado. En tercer puesto la partida 640359, zapato de cuero con suela de cuero que ha caído un 26% respecto al año 2007. En último lugar está la partida 640351, botas de cuero con suela de cuero, que ha sufrido notable descenso (un 84%) este último año.

Entre estas seis partidas están también los zapatos de plástico en el cuarto puesto, partida 640299, que han doblado sus importaciones en el último año y el calzado textil con suela de caucho o de plástico en el quinto puesto, partida 640419, que ha tenido en el periodo un crecimiento del 145%, un 84% en el año 2010.

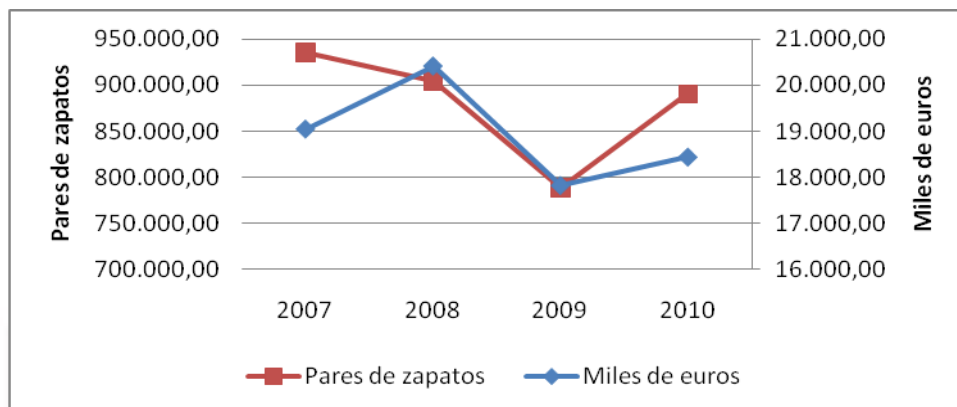


## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES AUSTRIACAS PROVENIENTES DE ESPAÑA EN VALOR Y EN VOLUMEN (2007-2010)

---



Fuente: Statistik Austria

---

En el gráfico se puede apreciar cómo el volumen de las importaciones ha crecido más respecto a las importaciones en valor en el último año, lo que ha supuesto una caída del precio medio de las importaciones de calzado español.

ICEX

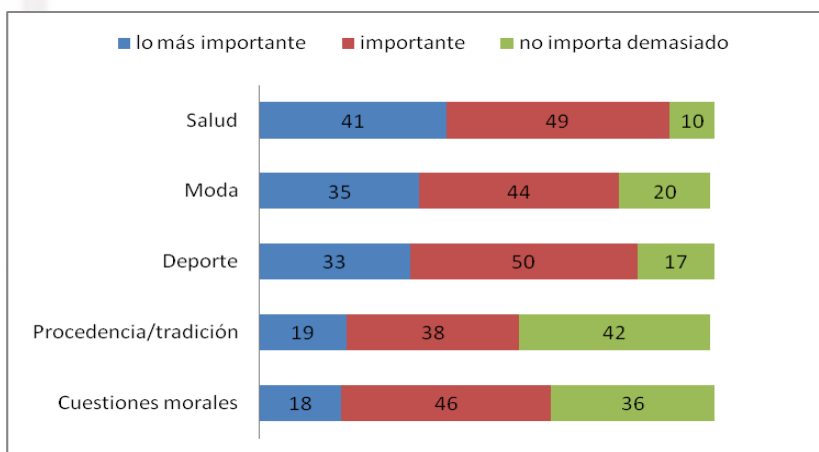
## III . ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La población austriaca tiene un alto poder adquisitivo: posee una de las rentas per cápita **más altas de la Unión Europea, 32.900€** y además ésta está repartida de una forma muy homogénea. Este hecho provoca una elevada sofisticación del mercado, donde se valora enormemente la calidad del producto a la vez que se ofrece una gran variedad de calzado.

Según un estudio realizado por la empresa austriaca de consultoría **Karmasin** sobre **“El calzado como portador de tendencias”** en el año 2010 por iniciativa de la Österreichische Schuhwirtschaft, la Industria del calzado de Austria, a una muestra de 1.000 personas, el factor más importante a la hora de decidir qué calzado comprar, es para el 41% de los austriacos la salud de sus pies o razones de salud en general, y un 49% lo consideran un factor importante. Un 33% eligen el calzado deportivo. Seguir la moda, tendencias o lucir bien es la razón más importante de compra para un 35% de los austriacos. También para un porcentaje significativo son importantes razones morales como el medio ambiente o el comercio justo y también tienen en cuenta el origen del producto y sus tradiciones.

### PRINCIPALES FACTORES DE DECISIÓN EN LA COMPRA DE CALZADO

---



Fuente: Karmasin

---

Es interesante observar cuáles de estos factores juegan un factor decisivo a la hora de comprar calzado dependiendo de la edad de los compradores. Para los más jóvenes lo más importante es seguir la moda y las nuevas tendencias, seguido del calzado deportivo. Sin em-

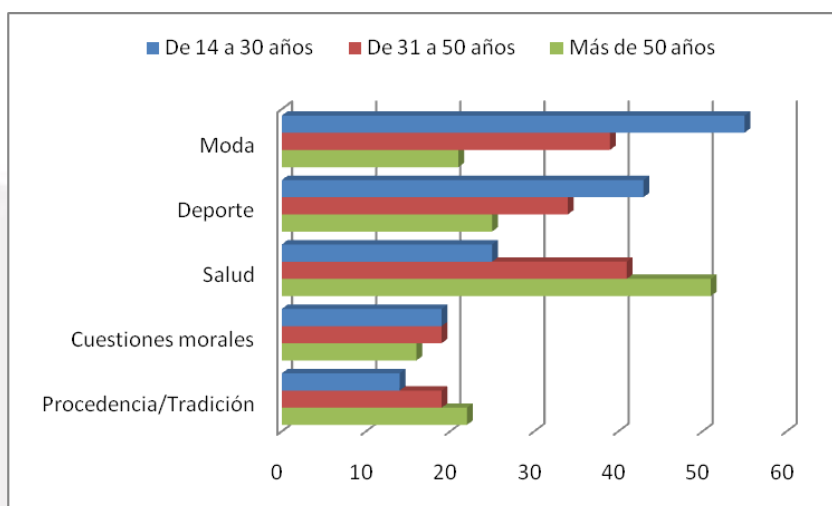
---

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Viena

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

bargo, esto cambia según la edad va avanzando cuando la salud pasa a ser lo más importante, tanto la de los pies como la salud en general y también tiene un papel más importante el origen del calzado o las tradiciones del país.

### FACTORES DE DECISIÓN EN LA COMPRA DE CALZADO SEGÚN EDADES



Fuente: Karmasin

Según un estudio realizado por marketagent.com en 2010, un 57,8% de los austriacos coloca como criterio principal a la hora elegir una tienda de calzado, una buena relación calidad/precio. Para el 46,2% de los compradores austriacos también es importante que el personal sea atento y amable y para un 43,7% que el calzado que compra cumpla con sus deseos y expectativas. Igualmente es importante que el personal sea competente, que la tienda esté limpia y que tenga productos de buena calidad.

El gasto tanto en moda como en calzado ha aumentado con los años. Sin embargo, el dinero que los consumidores emplean en ambos, cada vez ocupa un lugar más pequeño en el gasto total de los hogares.

### GASTO DE LOS HOGARES AUSTRIACOS (1989-2009)

	1989		1994		1999		2004		2009	
	MM €	%	MM €	%	MM €	%	MM €	%	MM €	%
En moda	7,03	10,07	7,79	8,50	7,86	7,48	8,06	6,49	8,73	6,00
En calzado	1,17	1,68	1,32	1,44	1,37	1,30	1,39	1,12	1,44	0,99

Fuente: Statistik Austria

Los austriacos han pasado de gastar 1.170 millones de euros (a precios actualizados) en calzado en 1989 a gastar 1.440 millones de euros en el año 2009, un crecimiento del 23%. Este aumento en el gasto lo ha experimentado también el sector de la moda, que ha crecido en

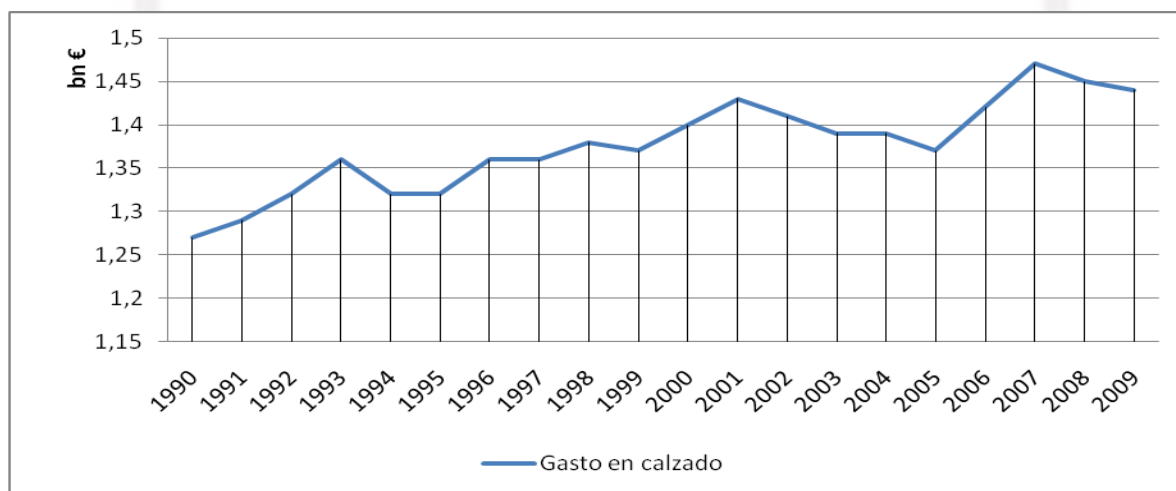
## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

estos 20 años casi un 25% y ha pasado de 7.030 millones de euros en 1989 a 8.730 en 2009.

Uno de los puntos del estudio de marketagent.com mencionado señala el gasto de los austriacos en calzado y todos los productos relacionados con el mismo de media al mes. Un 10% asegura que invierte más de 50 euros mensuales, mientras que más del 50% no estima que su gasto supere los 20 euros. El gasto medio estimado a través de esta encuesta en productos del sector del calzado se sitúa en 32,10 euros al mes.

Según datos proporcionados por Statistik Austria, el Instituto de estadística de Austria, se detalla a continuación la evolución del gasto en calzado por hogar durante los últimos 20 años:

### EVOLUCIÓN DEL GASTO EN CALZADO POR HOGAR (1990-2009)



Precios actualizados

Fuente: Statistik Austria (Instituto de estadística de Austria)

Como ya se ha visto al comienzo del estudio los austriacos están en la media europea en el consumo de pares de calzado. En Austria se tiende a adquirir productos de alta calidad y estilo clásico (especialmente en el caso del calzado de caballero). El segmento de gama alta ha crecido más que el de gama media. Sin embargo existe la excepción del calzado de niño, que es necesario renovar con más frecuencia. Por lo tanto, los consumidores se encuentran en el caso contrario, optan por comprar más y de peor calidad. Por este motivo se registran más compras en los *discounters* de calzado infantil. En definitiva se puede afirmar que además de disminuir las compras de calzado, éstas se polarizan hacia las gamas alta o baja, perdiendo la gama media cuota de mercado.

La apreciación de la marca es un fenómeno que no está muy presente en el mercado del calzado, más bien lo que valora el consumidor es la marca del establecimiento, siendo Geox, Humanic, Stiefelkönig y Salamander las mejor valoradas en ese orden, según el estudio realizado por marketagent.com en 2010. Sin embargo, los establecimientos que mejores resultados han obtenido por parte de los consumidores en la categoría calidad/precio, son los que poseen calzado de menor calidad y por lo tanto, más barato, como Deichmann o Jello.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

Aunque el sector del calzado deportivo no sea el objeto de este estudio, es interesante comentar que la apreciación de la marca en este segmento sí que es muy importante. Especial importancia tiene el caso de las marcas extranjeras como Nike, Reebok, Puma, etc. que con sus campañas de publicidad y tiendas exclusivas ganan cuota de mercado al calzado de calle, especialmente en el caso del segmento más joven de la población. Además estas marcas se han introducido en el sector del calzado de calle, destacando el caso del calzado de caballero, cuyos consumidores aprecian más este tipo de marcas y estilos.



ICEX

## IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El mercado del calzado austriaco es en su mayor parte muy sofisticado gracias al alto poder adquisitivo de la población. Esta sofisticación provoca que en el mercado se pueda encontrar calzado de todos los precios, desde el más barato y de peor calidad, hasta calzado de los mejores diseñadores y de precios muy altos.

La relación calidad/precio desempeña un papel importante a la hora de la compra de calzado en Austria. Como reflejo del aumento de la oferta y la evolución de la producción del calzado, cada vez un número mayor de austriacos considera que no es necesario pagar precios excesivamente altos para adquirir calzado de calidad.

### EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO DEL CALZADO POR ORIGEN (2007-2010)

		2007	2008	2009	2010	Variación 2010/09	Variación 2010/07
1	Hungría	21,9	22,7	26,3	28,8	9%	31%
2	Portugal	22,0	21,1	20,0	28,2	41%	28%
3	Croacia	22,5	26,8	25,0	27,5	10%	22%
4	Italia	20,8	21,1	24,1	26,0	8%	25%
5	<b>España</b>	<b>20,4</b>	<b>22,6</b>	<b>22,6</b>	<b>20,7</b>	<b>-8%</b>	<b>2%</b>
6	Indonesia	16,6	16,5	18,9	18,3	-3%	10%
7	Bosnia - Herzegovina	18,0	16,2	14,6	17,5	20%	-3%
8	Rumanía	17,9	18,1	18,2	16,8	-8%	-6%
9	India	14,8	16,8	15,1	16,1	7%	8%
10	Alemania	15,9	15,6	13,0	15,6	20%	-2%
11	Vietnam	10,1	11,1	11,9	12,8	7%	27%
12	China	5,7	6,4	6,6	6,9	4%	22%
	<b>Total</b>	<b>12,3</b>	<b>12,4</b>	<b>12,8</b>	<b>13,6</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>

Fuente: Statistik Austria

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

El precio medio de los zapatos importados ha experimentado un lento pero constante aumento en los últimos años, alcanzando un precio medio de 13,6 euros por par en el año 2010. Este precio está por debajo del de la mayoría de los países desde los que se importa, debido al gran volumen de importaciones de países asiáticos, especialmente de China, cuyo precio medio es mucho más bajo que el del resto.

Los precios de importación siguen una evolución desigual. Entre los principales suministradores de calzado a Austria, los que cuentan con los precios medios más altos son Italia, Hungría, y Portugal, este último ha tenido el mayor crecimiento del último año, un 41%.

España está en la quinta posición, muy por encima del precio medio total, sin embargo, ha sido de los únicos países que ha sufrido una caída en su precio medio en el último año. La mayor parte del calzado importado de España es calzado de alta calidad, con buenos materiales, por esta razón supera ampliamente el precio medio de las importaciones austriacas.

En general, se observa un crecimiento de los precios medios de importación de calzado, debido principalmente a la revalorización de los precios del calzado proveniente de los países de mano de obra barata, hacia donde se está deslocalizando una gran parte de la producción, y al aumento de las importaciones de calzado de alta calidad.

Algo que preocupa tanto a productores como importadores en los últimos tiempos es la constante fluctuación del precio del petróleo que repercute tanto en las materias primas para la producción del calzado, como en el transporte del mismo.

La repercusión del transporte desde España a Austria según uno de los productores consultados se estima en un euro por cada par de zapatos.

El precio de venta al público del calzado en Austria se multiplica por 3-3,5 a partir de su precio FOB, estos precios son similares a los de otros países europeos.

Los precios del mismo calzado varían ligeramente dependiendo del lugar de venta del mismo, ya que tiendas céntricas y con mejores servicios repercuten parte de sus gastos en el precio del calzado, mientras que los almacenes situados en las afueras tienen gastos menores y se pueden permitir precios más bajos. Las grandes cadenas de calzado suelen contar con precios más competitivos que los de pequeños minoristas gracias a sus grandes volúmenes de compra, lo que les lleva a tener la posibilidad de negociar con los fabricantes.

Al calzado se le aplica un 20% en concepto de Impuesto sobre el Valor Añadido.

# V . PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Las marcas españolas cada vez están más presentes y son más visibles en el mercado del calzado austriaco. La mayor parte de las marcas en el país pertenecen al segmento de gama alta. Algunas de ellas llevan presentes varios años como Camper, que ha abierto tienda propia en el centro de Viena después de presentarse en tiendas multimarca, y otras se han incorporado en los últimos años con una buena acogida según los importadores, como Mascaró, Art o El Naturalista y está prevista la incorporación de otras nuevas para la próxima temporada, como Desigual y Xti.

El auge de las grandes empresas de moda españolas también es notable en Austria, donde están presentes tiendas de Zara, Mango o Springfield. A pesar de que el calzado no es la actividad principal de estas cadenas, si ocupa una parte de sus ventas. Ofrecen calzado de calidad media/baja a precios muy competitivos. Estas cadenas tuvieron un gran crecimiento cuando se instalaron en el país, aunque sus cifras se han mantenido estables durante estos últimos años.

Como ya se ha dicho, las marcas españolas están cada vez más presentes en el mercado, con un crecimiento lento pero constante desde hace alrededor de cinco años. Esta presencia es visible en las grandes cadenas de calzado austriacas como Humanic que cuenta en sus estantes con calzado de Unisa o Camper, o Salamander con un gran muestrario de la marca española Hispanitas. Estas cadenas también venden bolsos de otras marcas españolas como Desigual.

Las pequeñas boutiques con productos de gama más alta y por lo tanto de un precio más elevado tienen marcas más exclusivas como Mascaró, Pretty Ballerinas, Gadea o Pura López. También se puede encontrar este tipo de calzado en centros comerciales considerados de lujo junto con otras marcas, como Pedro García.

En el calzado español también se observa la preocupación de los austriacos por la salud de sus pies, marcas con productos considerados de confort han tenido una gran acogida en Austria. Camper ha abierto tienda propia en el centro de Viena y planea nuevas aperturas próximamente. El Naturalista es otra de las marcas asociadas al confort de los pies y también posee un par de tiendas exclusivas en Viena. Esta marca también se caracteriza por usar materiales compatibles con el cuidado del medio ambiente. Ambas marcas están presentes en toda Austria, tanto en las ciudades más grandes como en pequeños pueblos.



## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

Es también destacable cómo algunas de las marcas mencionadas se asocian más a calzado de verano o para épocas de temperaturas suaves, que para el invierno. Tanto Camper como El Naturalista son marcas que tienen una amplia línea de calzado para épocas cálidas como sandalias o zuecos y es con la colección de primavera/verano con la que se han instalado en los escaparates austriacos. Varias de las marcas mencionadas están especializadas en bailarinas, calzado que se relaciona también con temperaturas suaves.

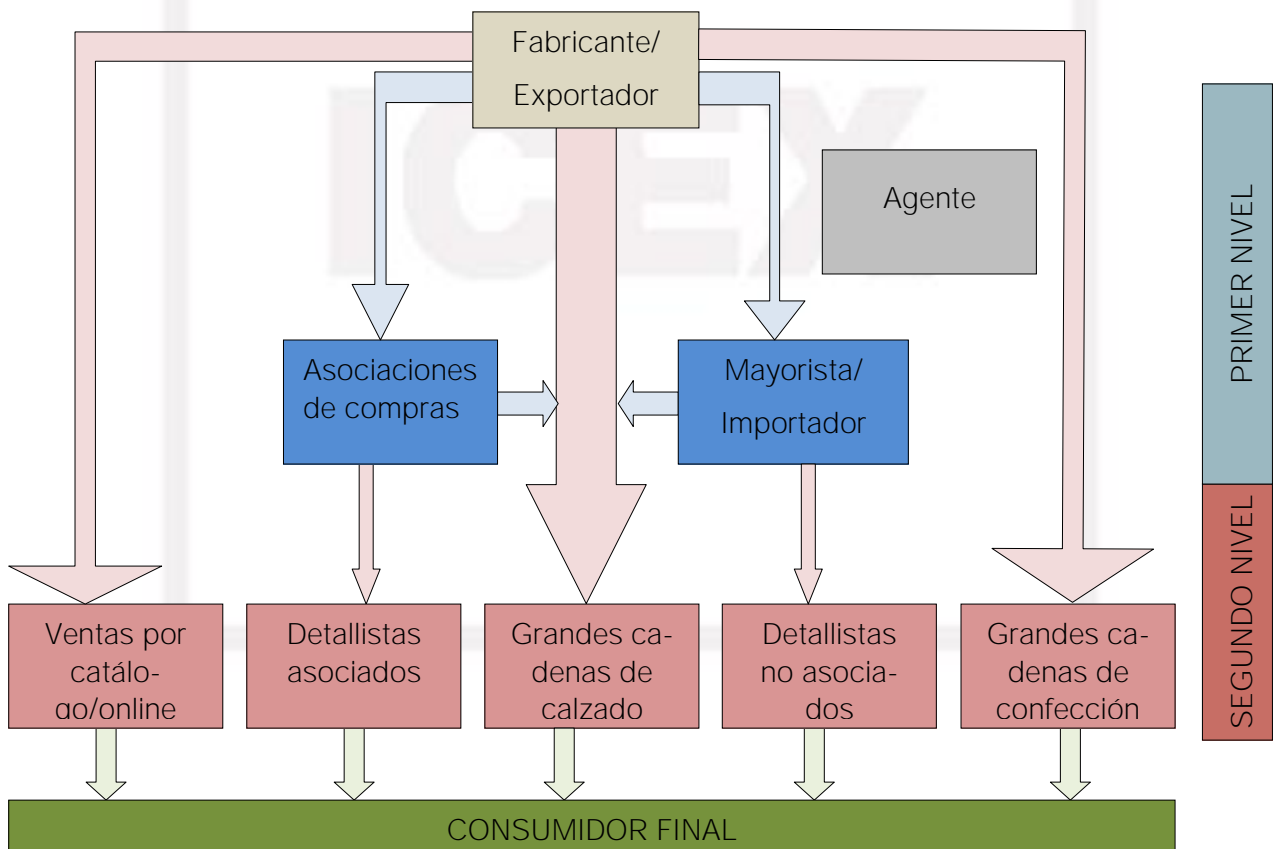
Las nuevas marcas españolas que se incorporan al mercado austriaco con la colección primavera-verano 2012, Desigual y Xti también son marcas que comparten esta característica, ya que sus colecciones están repletas de sandalias o bailarinas, siendo su colección de invierno en el caso de Xti mucho más reducida.



ICEX

# VI. DISTRIBUCIÓN

Para analizar la distribución de calzado en Austria dividiremos los intermediarios entre el fabricante y el consumidor en dos niveles: el primer nivel (no vende directamente al público) y el segundo nivel o comercio minorista (proporciona el producto al consumidor).



Fuente: Bundesgremium des Schuhhandels

### Distribución de primer nivel

En la distribución de primer nivel se pueden identificar tres tipos de intermediarios:

- Los mayoristas/importadores: En los últimos años la figura del importador y el mayorista se han ido fundiendo hasta llegar a ser lo mismo. Ambos adquieren mercancías tanto en el mercado nacional como en el exterior –asumiendo las tareas relacionadas con la tramitación de las importaciones y los documentos aduaneros. La cuota que tienen los mayoristas en el sector del calzado no es nada despreciable si se compara con otros sectores relacionados con la moda. Por lo general, el margen comercial de los importadores es del 40-50%. Los mayoristas suministran a las grandes cadenas de calzado y a los detallistas no afiliados en asociaciones de compra.
- El agente comercial (exclusivo o no) en Austria es bastante habitual en el sector del calzado. Es la persona que se encarga de la prospección de mercado y de la creación de una cartera de clientes. Lo ideal para el fabricante de calzado que decida trabajar con agentes, es tener dos para toda Austria, uno para la zona de Salzburgo, que cubra el oeste, muchos de los agentes distribuyen sus productos en el oeste de Austria, el sur de Alemania y en ocasiones Suiza; y otro en Viena para la zona este, que comparte agente en muchos casos con los países limítrofes. A diferencia del mayorista, el agente no compra la mercancía, tan sólo establece contactos entre los fabricantes y las asociaciones de compra, los mayoristas o los detallistas no asociados.
- Las asociaciones de compra existentes en Austria tienen mucho poder. Actualmente hay dos asociaciones de compra, una es europea, ANWR Garant Schuh Austria AG, y la otra de origen austriaco, Ring Schuh. ANWR Garant Schuh Austria AG es el resultado de la fusión de dos asociaciones de compras en septiembre de 2010: Nord West Ariston con 110 miembros y Garant con 160 miembros en toda Austria. Ring Schuh cuenta actualmente con 170 miembros.

Ambas realizan importaciones directas a Austria. Están formadas por numerosos miembros detallistas de pequeño o mediano tamaño y tienen como objetivo agrupar fuerzas para tener mayor poder de negociación. En los últimos años, las asociaciones de compra se han verticalizado con la adquisición o creación de plantas de producción, especialmente en países con mano de obra barata o de cadenas de calzado.

Estas asociaciones ofrecen varias ventajas a sus miembros. Organizan fashion days para sus miembros que consisten en presentaciones exclusivas de las nuevas colecciones, en las que les ofrecen condiciones especiales en la compra de los productos gracias al mayor volumen de compras. También participan en ferias con stand propio, como en Schuh Austria o la GDS de Alemania.

### Distribución de segundo nivel

En el comercio minorista se encuentran más tipos de comerciantes que en el primer nivel de distribución. En total se pueden clasificar en cinco tipos:

- Las grandes cadenas de calzado se abastecen de los mayoristas o directamente de los fabricantes, también se puede llegar a ellas a través de un agente. Estas cadenas cada vez son más importantes y tienen un peso mayor en el volumen de compras. Al igual que las asociaciones de compras, estas cadenas están cada vez más verticalizadas, con la adquisición de control sobre el proceso productivo.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

La principal cadena de calzado austriaca es Leder & Schuh AG, que está presente en nueve países y posee 6 de las principales cadenas de venta en Austria. Entre ellas está Humanic, con calzado de calidad media/alta que tiene 47 tiendas en toda Austria y es una de las más apreciadas por los clientes. Junta a ella, la cadena de calzado Jello, que vende calzado de calidad media a precios reducidos y posee 64 puntos de venta en toda Austria. Además tiene la cadena Shoe 4 you con grandes tiendas lejos del centro de las ciudades, alrededor de 35 por todo el país con marcas internacionales y precios medios. La cadena Dominicci también pertenece a Leder & Schuh con un número de tiendas muy reducido vende calzado de diseño y estilo exclusivo de alta calidad.

En 2011 ha adquirido una de las grandes cadenas austriacas de calzado, Stiefelkönig que posee más de 100 puntos de venta por todo el país.

Otra de las grandes cadenas muy presente en Austria, es la cadena alemana Ara, que también es fabricante de calzado. Actualmente posee 7 tiendas en Austria, sin embargo desde 2009 es dueña de la también alemana Salamander con alrededor de 60 puntos de venta en el país y presente en muchos países cercanos. En 2011 ha adquirido la empresa de calzado austriaca Delka con más de 35 puntos de venta, con calzado de calidad media.

Se puede encontrar en Austria a la empresa alemana Reno que posee cerca de 50 puntos de venta por todo el país o la también alemana Deichmann con cerca de 140 tiendas, con calzado de calidad media y junto con Humanic la más conocida por los clientes austriacos.

En Austria hay alguna cadena de calzado suiza, como Vögele con aproximadamente 100 tiendas o Bally que posee tres tiendas en Austria. La italiana Geox tiene 29 puntos de venta, aunque ha cerrado alguno recientemente, y es la mejor vista por los consumidores austriacos según la encuesta de marketagent.com. Ofrece calzado de confort de alta calidad.

- Los detallistas asociados, se han mencionado en las asociaciones de compra. Los pequeños y medianos detallistas se afilian a éstas para poder tener mayor poder de negociación y otros servicios como financiación, etc. Sus mercancías las obtienen de las susodichas asociaciones de compra.
- Los detallistas no asociados son aquellos detallistas que no son socios de las asociaciones de compra, por lo que obtienen sus mercancías de mayoristas o a través de agentes comerciales. Tienen una participación muy baja en el mercado.

El sector del comercio minorista del calzado en Austria se encuentra en crisis, al igual que la producción, debido a la creciente concentración del mercado en las grandes cadenas de calzado antes mencionadas.

- La venta por catálogo ocupa un lugar pequeño en la distribución, está presente sobre todo en lugares alejados de las zonas comerciales. Además de las empresas que se dedican exclusivamente a la venta por catálogo, que se abastecen directamente de la industria para poder ofrecer precios más reducidos, existen otras que pertenecen bien a asociaciones de compra o a las grandes cadenas. Tradicionalmente los dos catálogos más exitosos en Austria han sido Otto y Quelle.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

- La venta on-line, comienza a ocupar un lugar importante en la distribución de calzado. Varias cadenas han creado sus portales de compra por internet y aunque acaban de comenzar, las cifras son bastante representativas y se prevé un aumento a corto plazo.

Las ventas totales por internet tuvieron en 2010 una facturación de cerca de 7.000 millones de euros sólo en Austria. Mientras que portales como Amazon o Ebay llevan muchos años en funcionamiento vendiendo calzado, las principales cadenas en Austria, como Humanic con Shoemanic o Deichmann han abierto canales de compra en internet en los últimos dos o tres años. En el sector de la moda las ventas online representaron un 4% y en el del calzado un 3%. Como ya se ha comentado se espera que estos porcentajes vayan en aumento.

- Las grandes cadenas de confección como Zara, Mango o H&M, incluyen entre sus productos, calzado de calidad media a precios bajos. Estas cadenas están ya totalmente verticalizadas y tienen control sobre su propia producción. A pesar de que su actividad principal no es el calzado, si que han alcanzado una cierta notoriedad en el sector.

En Austria existen dos grandes centros mayoristas de moda. En Viena se encuentra el Mode-Textilgroßhandelcenter (MGC) y en Salzburgo el Brandboxx. Ambos tienen amplios espacios dedicados a la presentación de las colecciones de la siguiente temporada tanto de calzado, como de ropa, moda infantil, etc. En ellos se realizan ferias que reúnen a los principales comerciantes austriacos o de países limítrofes para ver los nuevos productos. Parte de su superficie está ocupada por distribuidores, importadores o agentes con puestos permanentes, en los que pueden presentar sus colecciones y tienen allí su centro de operaciones. Además de estos puestos permanentes existe un amplio espacio para los puestos temporales, en los que los expositores que no poseen un puesto permanente pueden presentar sus colecciones en las distintas ferias.

Además de los días de feria, existen los llamados Ordertage, días de pedidos, para realizar las compras de la próxima temporada. Estos días tienen lugar en los meses de febrero, marzo, agosto y octubre en las principales capitales, aunque los más importantes son los de Viena y Salzburgo. Suelen tener lugar en paralelo a las ferias de calzado, de moda, ropa infantil, etc.

## VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

En Austria, como miembro de la Unión Europea, las compras de productos españoles están completamente liberalizadas y no existen barreras técnicas o administrativas. La normativa técnica y la documentación para las expediciones de calzado están sometidas al régimen reglamentario de la UE.

En la ley BGBl. II Nr. 477/2003, die Chemikalien-Verbotsverordnung 2003, de prohibición de productos químicos, modificada por el reglamento 114 de 25 de mayo de 2007, se recogen todas las sustancias prohibidas en Austria y transpone las leyes europeas en esta materia.

El calzado está gravado con un tipo de IVA del 20 por ciento.

# VIII. ANEXOS

## 1. FERIAS

### SCHUH AUSTRIA

---

Organizador: CÖSCH - Club Österreichischer Schuhhandelsvertreter (Asociación de agentes de calzado en Austria)

Sr. Hermann Neumayr (presidente)

Mail: [shoes&bags@coesch.at](mailto:shoes&bags@coesch.at)

[www.coesch.at](http://www.coesch.at)

Lugar de celebración: Brandboxx, Salzburgo

Frecuencia: Bianaual

Próxima edición: Febrero 2012

Perfil: Presentación de las nuevas colecciones para próximas temporadas de calzado de todo tipo, tanto de señora como de caballero o de niño. También se presentan bolsos y marroquinería.

## 2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

### SCHUH & LEDERWAREN

---

Redactora jefe: Ruth Huber

Editorial: WEKA – Verlag Gesellschaft m.b.H.

Dresdner Strasse 43-45, 1200 Viena

Tel.: +43 1 97000-0; Fax: +43 1 97000-5100

[www.schuhrevue.at](http://www.schuhrevue.at)

Periodicidad: Mensual

Revista profesional dedicada exclusivamente a calzado y a productos de piel.



## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

---

### WOMAN

---

Redactor jefe: Euke Frank

Editorial: Verlagsgruppe News Gesellschaft mbH

Taborsstrasse 1-3, media.tower, 1200 Viena

Tel.: +43 01 213 12-0; Fax: +43 01 213 12-66 99

[www.woman.at](http://www.woman.at)

Periodicidad: Bimensual

Revista femenina sobre estilo de vida dedicada a la moda, salud, **belleza**,...



### WIENERIN

---

Redactora jefe: Daniela Schuster

Editorial: Styria Multi Media Ladies GmbH & Co. KG

Geiselbergstrasse 15, 1110 Viena

Tel.: +43 01 601 17-0; Fax: +43 01 601 17-982

[www.wienerin.at](http://www.wienerin.at)

Periodicidad: Mensual (14 números al año)

Revista femenina dedicada a la moda, salud, **belleza**,...



### FIRST (1ST)

---

Redactora jefe: Silvia Meister

Editorial: Verlagsgruppe News Gesellschaft mbH

Taborsstrasse 1-3, media.tower, 1200 Viena

Tel.: +43 01 213 12-0; Fax: +43 01 213 12-66 99

[www.newsmedia.at/1st](http://www.newsmedia.at/1st)

Periodicidad: 10 números al año

Revista femenina sobre estilo de vida dedicada a la moda y al estilo de alto estándar.





### 3. ASOCIACIONES

#### VERBAND DER SCHUHINDUSTRIE

---

Asociación de fabricantes austriacos de calzado

Dirección: Wiedner Hauptstrasse 63

1045 Viena – Austria

Tel.: +43 590900-3453; Fax: +43 590900-278

Mail: [fvleder@wko.at](mailto:fvleder@wko.at)

[www.shoes-leather.at](http://www.shoes-leather.at)

#### CLUB DER ÖSTERREICHISCHEN SCHUHHANDELSVERTRETER

---

Asociación de representantes austriacos de calzado

Dirección: Rechte Wienzeile 29

1040 Viena – Austria

Tel.: +43 1-587 7263; Fax: +43 1-587 72634

Mail: [shoes&bags@coesch.at](mailto:shoes&bags@coesch.at) o [gerald@coesch.at](mailto:gerald@coesch.at)

[www.coesch.at](http://www.coesch.at)

#### CÁMARA AUSTRIACA DE ECONOMÍA – Bundesgremium des Schuhhandels

---

Gremio federal del comercio de calzado

Dirección: Wiedner Hauptstrasse 63

1045 Viena – Austria

Tel.: +43 590900-3314; Fax: +43 590900-294

Mail: [sybille.trausmuth@wko.at](mailto:sybille.trausmuth@wko.at)

### 4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

#### STATISTIK AUSTRIA

---

Instituto de estadística de Austria

Dirección: Guglgasse 13

1110 Viena – Austria

Tel.: +43 (1) 71128-7070; Fax: +43 (1) 715 68 28

Mail: [info@statistik.gv.at](mailto:info@statistik.gv.at)

[www.statistik.at](http://www.statistik.at)

## 5. OTROS DATOS DE INTERÉS

### IMPORTACIONES DE CALZADO POR ORIGEN EN VALOR (2007-2010)

Miles de euros	2007	2008	2009	2010	Variación 2010/09	Variación 2010/07
<b>1</b> China	134.051,07	155.753,96	153.939,24	172.005,95	12%	28%
<b>2</b> Italia	159.933,15	171.945,77	130.927,98	130.507,09	0%	-18%
<b>3</b> Alemania	99.966,65	86.755,19	83.500,12	98.609,85	18%	-1%
<b>4</b> Vietnam	68.305,39	87.149,29	74.314,26	88.470,06	19%	30%
<b>5</b> Rumanía	43.846,00	44.248,13	41.315,15	41.183,29	0%	-6%
<b>6</b> India	25.806,48	24.965,64	26.801,68	39.543,22	48%	53%
<b>7</b> Hungría	27.394,85	27.955,69	27.300,81	31.811,07	17%	16%
<b>8</b> Croacia	30.863,47	33.084,36	29.550,14	30.841,99	4%	0%
<b>9</b> Indonesia	11.572,00	19.119,29	25.689,44	30.678,07	19%	165%
<b>10</b> Bosnia - Her- zegovina	17.711,33	19.504,36	20.200,92	26.682,02	32%	51%
<b>11</b> España	19.046,67	20.406,19	17.830,44	18.442,20	3%	-3%
Otros	112.736,85	117.518,32	109.956,74	124.511,52	13%	10%
<b>Total</b>	<b>751.233,91</b>	<b>808.406,19</b>	<b>741.326,92</b>	<b>833.286,33</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>

Fuente: Statistik Austria

### IMPORTACIONES DE CALZADO POR ORIGEN EN VOLUMEN (2007-2010)

Pares de zapatos	2007	2008	2009	2010	Variación 2010/09	Variación 2010/07
<b>1</b> China	23.683.340	24.475.337	23.197.084	24.896.752	7%	5%
<b>2</b> Vietnam	6.752.985	7.839.634	6.223.089	6.897.921	11%	2%
<b>3</b> Alemania	6.287.280	5.552.235	6.417.215	6.313.659	-2%	0%
<b>4</b> Italia	7.703.783	8.152.931	5.437.579	5.017.807	-8%	-35%
<b>5</b> India	1.742.933	1.481.669	1.779.168	2.461.717	38%	41%
<b>6</b> Rumanía	2.446.850	2.442.894	2.270.520	2.455.135	8%	0%
<b>7</b> Indonesia	698.980	1.159.235	1.360.125	1.679.099	23%	140%
<b>8</b> Bosnia- Herzegovina	985.460	1.203.224	1.387.986	1.527.464	10%	55%
<b>9</b> Croacia	1.372.630	1.233.070	1.181.530	1.122.766	-5%	-18%
<b>10</b> Hungría	1.252.217	1.229.826	1.038.957	1.106.032	6%	-12%
<b>11</b> España	935.616	904.638	788.609	890.293	13%	-5%
Otros	7.100.461	9.632.640	6.713.007	6.845.925	2%	-4%
<b>Total</b>	<b>60.962.535</b>	<b>65.307.333</b>	<b>57.794.869</b>	<b>61.214.570</b>	<b>6%</b>	<b>0,4%</b>

Fuente: Statistik Austria

## EL MERCADO DEL CALZADO EN AUSTRIA

### EXPORTACIONES DE CALZADO POR ORIGEN EN VALOR (2007-2010)

Miles de euros	2007	2008	2009	2010	Variación 2010/09	Variación 2010/07
<b>1</b> Alemania	279.144,94	282.639,63	252.191,73	270.471,22	7%	-3%
<b>2</b> Suiza	19.258,36	20.591,42	21.165,03	24.336,80	15%	26%
<b>3</b> Holanda	12.630,96	13.993,29	14.376,06	15.074,04	5%	19%
<b>4</b> Eslovenia	16.349,37	20.749,65	14.017,24	14.704,15	5%	-10%
<b>5</b> R. Checa	19.818,27	16.232,16	21.492,11	14.261,32	-34%	-28%
<b>6</b> Rusia	14.281,02	16.494,30	13.095,75	14.059,62	7%	-2%
<b>7</b> Italia	6.691,81	10.027,07	10.738,25	12.979,68	21%	94%
<b>8</b> Francia	7.123,71	12.045,94	9.745,23	12.333,60	27%	73%
<b>9</b> Hungría	13.538,35	8.224,81	7.041,89	8.006,02	14%	-41%
<b>10</b> Bélgica	6.905,00	7.596,24	7.058,07	7.502,85	6%	9%
<b>11</b> Reino Unido	6.958,56	6.320,44	6.699,45	6.857,90	2%	-1%
<b>12</b> Croacia	5.540,39	5.072,14	6.359,99	6.251,28	-2%	13%
<b>Total</b>	<b>462.173,64</b>	<b>476.209,68</b>	<b>429.698,90</b>	<b>456.823,95</b>	<b>6%</b>	<b>-1%</b>

Fuente: Statistik Austria

### EXPORTACIONES DE CALZADO POR ORIGEN EN VOLUMEN (2007-2010)

Pares de zapatos	2007	2008	2009	2010	Variación 2010/09	Variación 2010/07
<b>1</b> Alemania	13.483.730	13.378.412	10.835.827	10.715.190	-1%	-21%
<b>2</b> R. Checa	1.928.445	2.184.486	2.593.494	954.224	-63%	-51%
<b>3</b> Eslovenia	1.514.363	1.733.163	1.126.296	902.968	-20%	-40%
<b>4</b> Hungría	1.296.122	865.290	747.060	834.932	12%	-36%
<b>5</b> Suiza	766.053	712.119	704.034	760.782	8%	-1%
<b>6</b> Italia	492.575	605.792	569.451	669.425	18%	36%
<b>7</b> Francia	473.602	817.289	430.957	589.943	37%	25%
<b>8</b> Croacia	417.784	369.162	394.094	373.723	-5%	-11%
<b>9</b> Rusia	305.886	332.635	307.824	360.276	17%	18%
<b>10</b> Holanda	373.474	368.285	339.113	306.523	-10%	-18%
<b>11</b> Reino Unido	269.688	258.227	339.927	275.118	-19%	2%
<b>12</b> Polonia	318.738	309.467	141.347	270.622	91%	-15%
<b>Total</b>	<b>25.007.827</b>	<b>24.680.437</b>	<b>20.865.238</b>	<b>18.931.334</b>	<b>-9%</b>	<b>-24%</b>

Fuente: Statistik Austria