

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Notas Sectoriales

El mercado del calzado en Países Bajos

ICEX

El mercado del calzado en Países Bajos

Esta nota ha sido elaborada por Isabel Calderón Silva bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya

Febrero 2012

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	10
3. Importaciones	11
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	17
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	20
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	22
VI. DISTRIBUCIÓN	23
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	1
VIII. ANEXOS	27
1. Ferias	27
2. Publicaciones del sector	28
3. Asociaciones	29
4. Otras direcciones de interés	30

CONCLUSIONES

En Países Bajos empieza a percibirse un alejamiento de los productos importados principalmente de Asia y una tendencia a buscar productos producidos en Europa. En general se busca la calidad, el confort, el diseño y las innovaciones tecnológicas en cuanto a tejidos y materiales. Además de esto se pueden observar nuevos nichos de mercado que susceptibles de ser cubiertos como calzado reciclado, calzado de “fair trade”, calzado de tallas grandes o zapatos especiales.

La tendencia hacia la “moda ética”, la responsabilidad social y la personalización de los productos puede ser una ventaja a tener en cuenta para los exportadores interesados en el mercado holandés. Los consumidores ahora prefieren producciones más limitadas en lugar de líneas masivas, con lo cual el calzado más individual acorde con determinados estilos tiene más oportunidades en el mercado que las líneas homogéneas de las grandes cadenas de calzado.

Cada día está más normalizada la compra de calzado online y la relación comercial directa entre proveedor y cliente final. Además de esto, destacar que el comprador neerlandés está cada vez más abierto al producto venido de otros países, siempre que le ofrezca un buen diseño y originalidad, siendo siempre bastante exigente en cuanto a la calidad, ya que debido a la crisis actual cada vez es más consciente de la importancia del gasto y tiene más en cuenta el precio de compra del producto. Para este mercado es esencial tener en cuenta la diferencia de la numeración del calzado, que como media está en un 39/40 para mujeres y un 44/45 para hombres. Según la revista especializada Schoen-Visie el minorista holandés busca cada vez más colecciones con números más grandes; de hecho, hay poca oferta y el grupo objetivo sigue creciendo. De hecho, ya hay tiendas de tallas grandes en este sector y las que hay se están haciendo con una buena parte del mercado ya que están dedicadas a la venta en exclusiva de calzado para señora entre los números 42 y 46 y en caballero desde el 47 hasta el 53.

Destacar que, debido a la actual crisis y a la disminución de las ventas de los últimos años, los detallistas de calzado han optado por ampliar su gama de productos, ofreciendo al mismo tiempo prendas de piel, bolsos y otros accesorios como bisutería en sus tiendas.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota sectorial se centra en el mercado del calzado en Países Bajos y abarca todos los tipos de calzado excepto las partes del calzado.

La información contenida en el mismo tiene como base servir de guía a exportadores de calzado españoles que tengan como mercado objetivo Países Bajos. El estudio contiene una visión general del sector así como datos específicos en cuanto a producción, importaciones, consumo, precios y distribución en el país.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El objetivo de este estudio es analizar el mercado del calzado en Países Bajos, 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 correspondientes a las partes del calzado.

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

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN
	CALZADO, POLÁINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS
PARTIDA	
6401	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
6402	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 tetones (espigas).
	- Los demás calzados
640291	- Que cubran el tobillo
640299	- Los demás calzados
6403	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
	- Los demás calzados
640391	- Que cubran el tobillo
640399	- Los demás calzados
6404	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
6405	Los demás calzados
640510	- Con la parte superior de cuero natural o regenerado
640520	- Con la parte superior de material textil
640590	- Los demás

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Con más de 16,7 millones de habitantes Países Bajos se sitúa como un mercado objetivo muy interesante a nivel de consumo, ya que se trata de un mercado altamente desarrollado y con una de las rentas per cápita más altas de Europa, solamente superada por la de Luxemburgo y por encima de otros países como Austria, Suecia o Dinamarca.

1.1. Consumo de calzado

Según los últimos datos publicados, en el primer y segundo trimestre de 2011 se alcanzó un promedio de ventas un 1% superior a las del año anterior, aunque esta media cayó en picado durante el tercer trimestre de 2011, cuando las ventas disminuyeron en un 10%. Este cambio se debe al clima económico desfavorable, algo que según el estudio publicado por ABN Amro¹ hizo disminuir las ventas en un 2.2% en 2010 situando a este año al mismo nivel de ventas que diez años atrás.

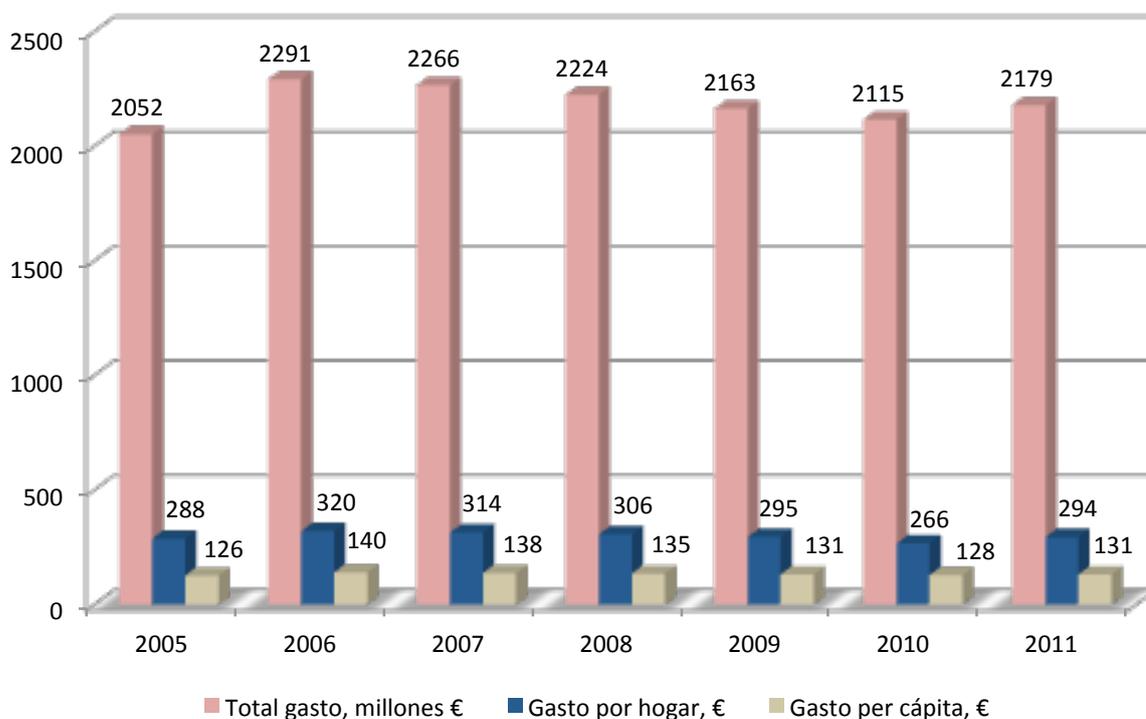
En lo que al gasto realizado por los holandeses en calzado durante el año 2011, según datos de Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD²), el total alcanzaría 2179 millones de euros, siendo el gasto medio por hogar de 294 euros y el gasto medio per cápita 131 euros. (Ver gráfico 1)

¹ ABN Amor. <http://www.abnamro.nl/.../retail-branche-schoenen.pdf>

² HBD. Hoofdbedrijfschap Detailhandel. Asociación de comerciantes y detallistas en Países Bajos.

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Gráfico 1_Consumo de calzado en Países Bajos. Fuentes: HBD, ABN Amro



Cabe destacar aspectos intrínsecos al mercado como que, según el Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS³), los principales momentos en los que aumenta la venta de calzado en Países Bajos durante el año son los meses anteriores y posteriores al verano; así, la facturación global de las tiendas de calzado en 2010 fue en septiembre un 40% superior al resto de los meses del año y hasta un 80% más que en enero, que junto con febrero, suelen ser los meses de ventas más bajas.

Como ya se ha comentado, según la asociación de detallistas Mitex, el primer semestre de 2011 comenzó muy bien para la industria del calzado con un crecimiento de las ventas del 0,4%; esta subida se perdió en el tercer trimestre por una caída del 10%. El acumulado de los tres primeros trimestres del año trae consigo un déficit del -3.8%, debido a la caída sufrida en los meses de agosto y septiembre, que, comparado con los datos del 2010, presenta un 10% menos en el nivel de ventas. Según los últimos datos recogidos por HBD y publicados en febrero de 2012, durante los meses de noviembre y diciembre de 2011 aumentó el gasto en el comercio minorista en un 1% con respecto al mismo periodo del año anterior, con lo que se puede pensar que esto también benefició al sector del calzado.

³ CBS. Centraal Bureau voor de Statistiek. Oficina central de estadística en Países Bajos.

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Según los últimos datos publicados por Schoenmonitor.nl, las ventas recogidas hasta el tercer trimestre del año 2011 son las siguientes.

Tabla 1_Ventas 2011. Fuente: Mitex a partir de datos de Schoenmonitor.nl

	3er trimestre 2011	Acumulado 2011
Total zapatos	-10%	-3,8%
Mujer	-9,5%	-2,4%
Hombre	-10,4%	-4,1%
Infantil	-13,7%	-4,6%

1.2. Previsiones de ventas

Según los datos que arrojan las siguientes tablas, el mercado del calzado de Países Bajos crecerá hasta 2015 un 10.7% en volumen y hasta un 11.9% en valor. Por diferentes categorías, en volumen crecerá principalmente el segmento de calzado femenino no deportivo con un 13.2%, al contrario que por valor, que será el calzado masculino no deportivo el que más crecerá con una media anual del 2.7%.

Tabla 2_Previsión ventas calzado en valor. Fuente: Euromonitor

	2012	2013	2014	2015
Calzado infantil	385,8	390,8	394,8	398,7
Calzado masculino	661,6	678,5	691,9	700,3
No deportivo	513,9	527,0	537,7	544,5
Deportivo	147,8	151,5	154,2	155,9
Calzado femenino	1.738,4	1.775,4	1.802,9	1.819,6
No deportivo	1.348,7	1.376,4	1.396,4	1.407,6
Deportivo	389,7	399,0	406,5	412,0
TOTAL	2.785,8	2.844,7	2.889,6	2.918,6

*Valor. Millones de euros

Tabla 3_Previsión ventas calzado en volumen. Fuente: Euromonitor

	2012	2013	2014	2015
Calzado infantil	13.376,9	13.455,6	13.746,5	13.908,4
Calzado masculino	11.549,5	11.787,4	11.976,6	12.138,6
No deportivo	9.052,1	9.250,1	9.393,6	9.503,9
Deportivo	2.497,4	2.537,3	2.583,0	2.634,7
Calzado femenino	44.348,6	45.548,9	46.658,6	47.608,8
No deportivo	34.628,4	35.622,6	36.553,6	37.352,4
Deportivo	9.720,2	9.926,2	10.104,9	10.256,5
TOTAL	69.275,0	70.791,9	72.381,7	73.655,8

*Volumen. Miles de unidades

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La Unión Europea es el primer proveedor de calzado de diseño del mundo y el origen de las principales marcas de calzado a nivel internacional. La importancia de países como España o Italia en cuanto a producción ha creado una reputación a nivel mundial del calzado europeo en cuanto a calidad y diseño.

Países Bajos tiene una pequeña industria de producción del calzado comparada con otros países de la Unión Europea. Aunque la producción ha ido disminuyendo con los años, en la misma línea que en otros países de la UE, las empresas que aún siguen produciendo calzado lo hacen utilizando materiales de primera calidad y con grandes diseños que los hacen gozar de una muy buena reputación a nivel internacional.

La industria del calzado se localiza principalmente en el sur del país, en la zona de Noord-Brabant con unas 60 empresas. Esta industria ha experimentado muchos cambios durante los últimos años en cuanto a la reestructuración de las fábricas para hacerlas corresponder con los estándares de producción europeos y así fortalecerla de cara a la creciente competencia internacional.

Según Eurostat toda la industria del calzado neerlandés está dedicada a la producción de calzado de piel, aunque como ocurre en otros países de la UE, estos datos son confidenciales y no se cuenta con actualizaciones desde 2008, cuando Eurostat publicó información según la cual en Países Bajos habría 59 empresas productoras de calzado que emplearían a unos 500 trabajadores y el nivel de producción entre los últimos años estudiados presentaba un descenso interanual del 3%, pasando de 89 millones de euros en 2004 a 79 millones en 2008. En este año, el total de la industria europea del calzado representaba casi el 0.5% del total de la producción; ahora bien, es mucho mayor en países como Italia, España o Portugal donde se produce prácticamente el 70% del calzado a nivel europeo.

Las principales tendencias y características del calzado producido en Países Bajos son las siguientes:

- **Calzado con un alto valor añadido:** para lograr sobrevivir, las empresas holandesas han tenido que especializarse en productos que aportan un alto valor añadido y que ayudan a incrementar los márgenes de venta, sin los cuales sería imposible continuar en el mercado ya que los fabricantes holandeses no pueden hacer competencia al producto importado de coste bajo.
- **Reducción de la cadena de suministro:** los productores están intentando cada vez establecer relaciones más directas con los minoristas, tanto para recortar costes de intermediarios como para ganar control sobre cómo y dónde su producto es vendido.
- **Outsourcing:** las empresas fabricantes y distribuidoras de calzado en Países Bajos están recurriendo cada vez más al modelo de outsourcing para reducir en lo posible los costes de producción, mientras que al mismo tiempo han desarrollado otras tareas más dirigidas al management, investigación de productos y marketing internacional para maximizar en lo posible las ventas globales.

3. IMPORTACIONES

A continuación se presentan los datos relacionados con la evolución de las importaciones neerlandesas 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 neerlandesas al resto del mundo. Por último se verán más detalladamente las importaciones de calzado proveniente de España, en valor, en volumen y por tipo de producto.

3.1. Importaciones en valor

Países Bajos importó entre los meses de enero y noviembre de 2011 alrededor de 2.646 millones de euros en calzado, un 4% más que en el 2010 completo; en cuanto a volumen, en el pasado año 227,8 millones de pares de zapatos llegaron hasta Países Bajos, teniendo como principal proveedor China.

A continuación se recogen los totales para los últimos cuatro años. Los datos de 2011 solamente recogen los meses de enero a noviembre.

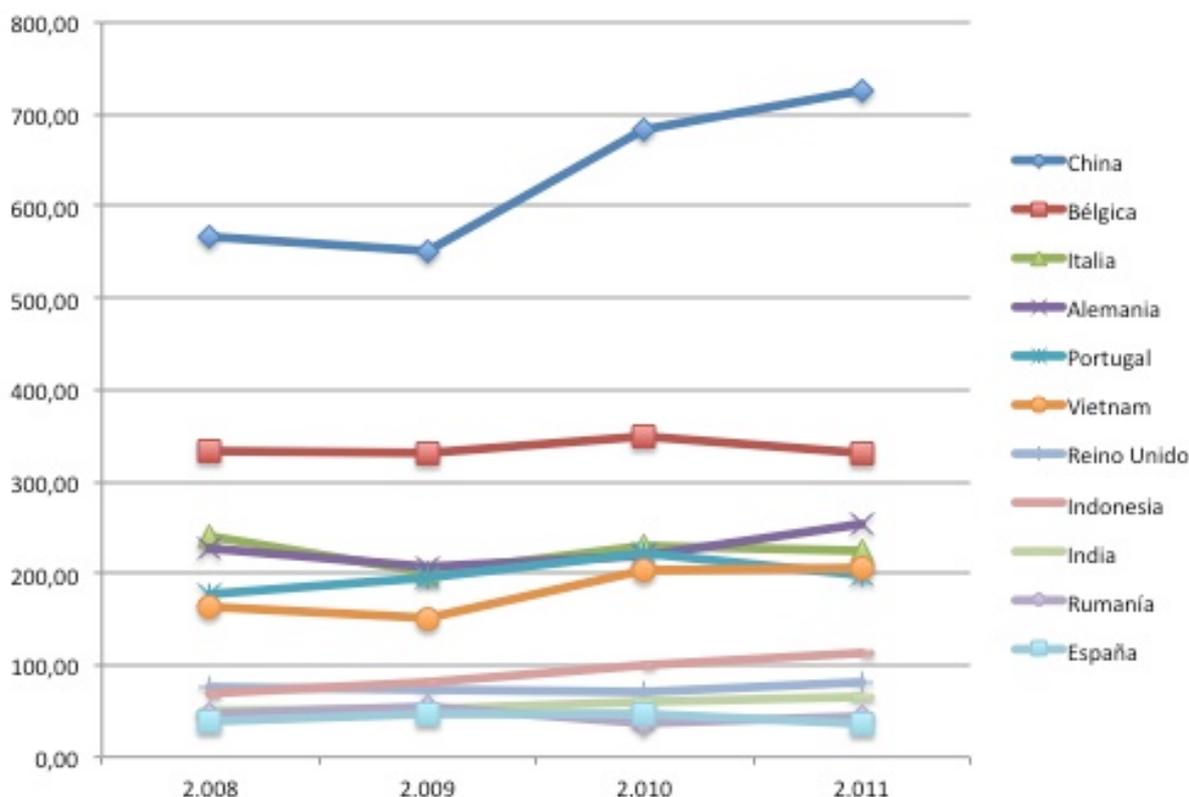
Tabla 4_ Total importaciones calzado Países Bajos. Fuente: Euroestacom

	2008	2009	2010	2011
Importaciones millones de euros	2.246,47	2.207,40	2.514,98	2.646,71
Importaciones millones de pares	192,5	183,6	243,9	227,8

En el siguiente gráfico se refleja la evolución de las importaciones de calzado por países en valor (millones de euros). Tal y como se puede apreciar China sigue siendo el principal proveedor superando por mucho al resto de países desde los que se importa calzado. Aunque cada vez más, otros países asiáticos como Vietnam, Indonesia o India, empiezan a despuntar, Países Bajos sigue importando mucho desde otros países de la UE como Bélgica, Italia y Alemania. España ocupa un modesto onceavo puesto con 36,23 millones de euros en 2011.

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Gráfico 2_Importaciones de calzado en valor. Fuente: Euroestacom



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.

Como ocurre en otros países de la zona, a pesar de que las cifras de las importaciones provenientes de España han disminuido con respecto a años anteriores, su presencia es más visible en Países Bajos 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 el país a través de agentes o distribuidores de Alemania y Bélgica.

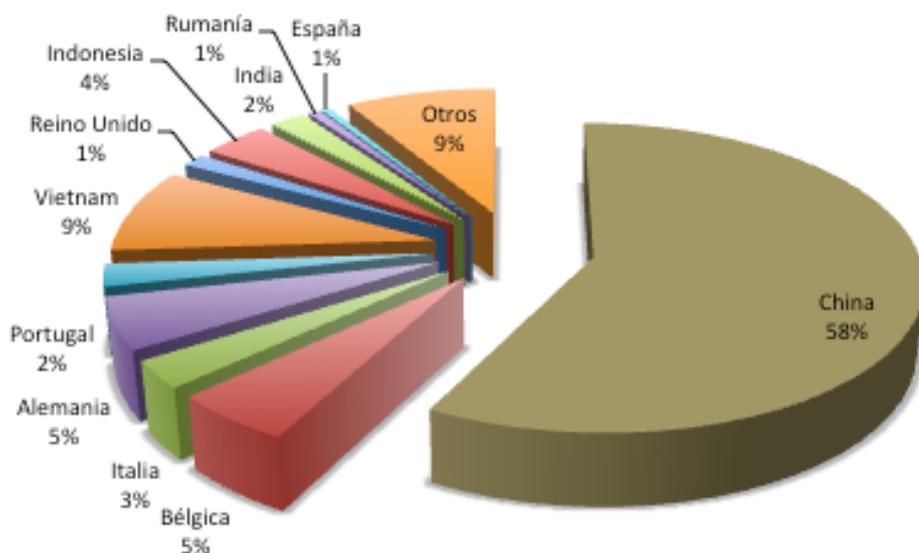
3.2. Importaciones en volumen

España fue en 2011 el décimo cuarto proveedor de calzado de Países Bajos con una cuota de mercado de 1%. Esta cifra ha disminuido con respecto a la cuota de 2008, cuando España alcanzó un 5.7% del volumen de importación de calzado en el país.

Países asiáticos como China (con el 58% de las importaciones), Vietnam (9%), o en menor medida India (3%) e Indonesia (4%) están entre los principales proveedores de calzado de Países Bajos en 2011.

Bélgica, Alemania e Italia, en este orden, siguen siendo los países de la Unión Europea desde los que se importa más calzado.

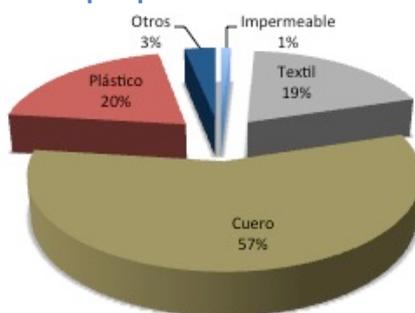
Gráfico 3_Importaciones de calzado en volumen. Fuente: Euroestacom



3.3. Importaciones por productos

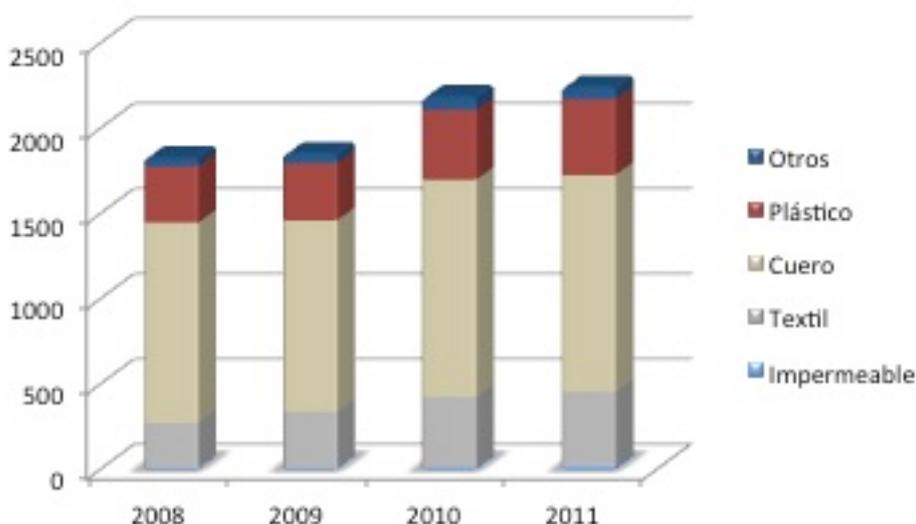
El calzado tiene su capítulo propio en la Nomenclatura del Sistema Armonizado. Este capítulo se divide en distintas partidas que distinguen los distintos tipos de calzado en cinco grupos principales, calzado de cuero, impermeable, de plástico, textil y los demás. Dentro de cada partida se distingue por el tipo de suela que lleva cada uno, se 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 este estudio.

Gráfico 4_Cuotas por partida en valor. Fuente: Euroestacom



Como se puede observar en la ilustración, el calzado de piel es el más importado en Países Bajos con casi un 60% de la cuota, seguido del plástico y el textil que se reparten casi a partes iguales el resto.

Gráfico 5_Evolución de las importaciones por partida en valor. Fuente: Euroestacom



La evolución de las importaciones de las diferentes partidas nos muestra que todas han seguido más o menos los mismos pasos, si bien, el calzado de cuero es el que más crece, seguido del textil y el plástico.

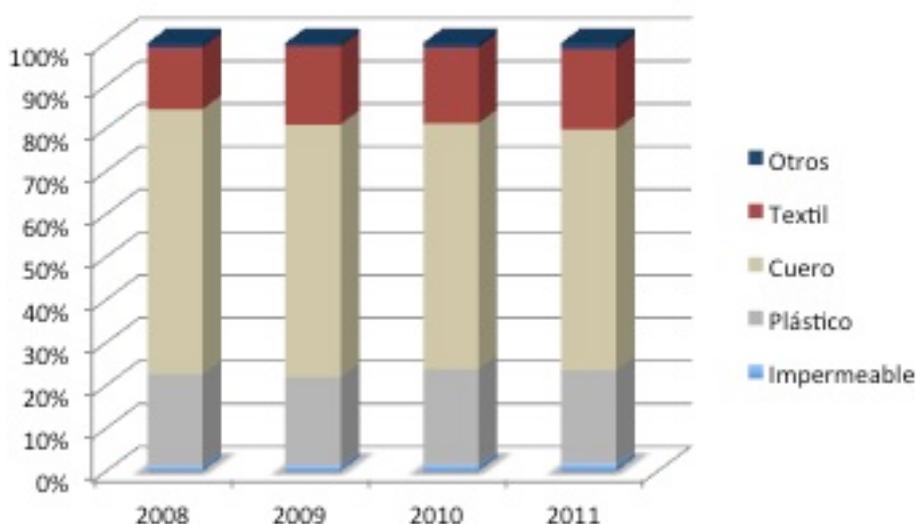
3.4. Exportaciones de Países Bajos

El siguiente gráfico muestra la evolución de las exportaciones de calzado desde Países Bajos. Como se puede observar, su volumen de exportación es mucho mayor que el de producción; esto es porque el país se caracteriza a nivel comercial por la cantidad de reexportaciones que se llevan a cabo desde él. Al igual que ocurre en las importaciones, la principal partida exportada es el calzado de piel, que entre enero y noviembre de 2011 ha llegado a superar los 1000 millones exportados hacia otros países, principalmente de la Unión Europea, receptora en prácticamente el 94% del calzado que sale de los Países Bajos. En concreto serían por este orden los países a los que llega:

- Alemania 26.25%
- Francia 15.10%
- Italia 12.84%
- Reino Unido 12.05%
- Bélgica 9.4%

A España solamente llega un 5% del calzado exportado desde Países Bajos.

Gráfico 6_Exportaciones por partida en valor. Fuente: Euroestacom



3.5. Exportaciones de calzado español a Países Bajos

Como se puede observar en las siguientes tablas elaboradas a partir de los datos ofrecidos por el servicio de Ices Euroestacom, la evolución de la exportación de calzado desde España a Países Bajos se ha mantenido relativamente constante en los últimos cuatro años, excepto en 2010 cuando sufrió una caída sobre todo en el calzado de piel. Esta circunstancia coincide con el aumento en ese mismo año de la importación de calzado de países como China o Indonesia. Esta tendencia parece recuperarse en 2011, donde, a falta de publicar los datos de diciembre, ya recoge un aumento de la exportación con respecto al año anterior.

Tabla 5_Exportación de calzado de España a Países Bajos en valor. Fuente: Euroestacom

	2008	2009	2010	2011
Impermeable	0,57	0,93	0,18	0,22
Plástico	2,82	3,59	3,22	5,02
Cuero	46,63	47,92	40,28	42,07
Textil	2,44	3,65	4,46	4,83
Otros	0,39	0,87	2,27	1,51
TOTAL	52,85	56,96	50,41	53,65

* Valor millones euros

Tabla 6_Exportación de calzado de España a Países Bajos en volumen. Fuente: Euroestacom

	2008	2009	2010	2011
Impermeable	46,42	81,32	9,78	18,29
Plástico	190,67	261,63	251,04	419,23
Cuero	1291,89	1307,59	1056,2	1088,75
Textil	225,1	436,71	609,67	627,54
Otros	33,45	30,67	103,03	66,09
TOTAL	1787,53	2117,92	2029,72	2219,9

*Volumen millones pares

Observando los datos llama la atención la disminución de la exportación de la partida de calzado impermeable, que se ha reducido desde 2008 a más de la mitad, al contrario que el calzado de plástico que prácticamente se ha doblado en el último año. El cuero y el textil, sigue la evolución del resto de proyecciones que se han estudiado en este informe. Viendo el siguiente gráfico, se puede apreciar la diferencia que se produce en 2010 sobre todo en el eje del valor del calzado exportado, lo que hace pensar que durante ese año, se vendió calzado a precios inferiores a los que se suelen utilizar entre estos dos mercados.

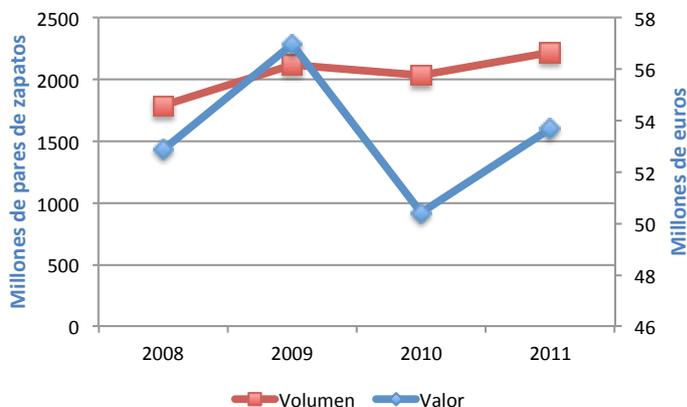


Gráfico 7_Exportaciones totales de calzado de España a Países Bajos. Fuente: Euroestacom

III . ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Países Bajos cuenta con una población de 16,7 millones de habitantes y un PIB per cápita de 32.748 euros⁴, una de las más altas a nivel europeo, solamente por detrás de Luxemburgo. Esto provoca un elevada sofisticación del mercado donde se valora enormemente la calidad del producto a la vez que se ofrece una gran variedad de calzado.

En la clasificación diferenciaremos las tendencias según calzado femenino, masculino e infantil; así en cuanto al consumo por tipo de usuario, Mitex publicó datos en 2010 según los cuales la cuota de mercado por consumidores sería la siguiente:

- **Femenino:** es el segmento más amplio y representa un 56.9% del total del sector. Como ocurre en el resto de Europa, en Países Bajos cada vez son más las mujeres que tienen un trabajo fuera de casa; según el CBI, entre 2005 y 2009 el número de mujeres trabajadoras creció de un 66.3% a un 71.9%. Hay diferencias considerables entre los hábitos de compra de las mujeres más jóvenes comparadas con las de mediana edad. Las mujeres entre 25 y 40 años prefieren comprar calzado más barato pero tener diferentes modelos, de manera que su consumo de este bien apenas ha disminuido durante la recesión. Al otro lado están las mujeres mayores de 50 años, que a pesar de ser las que están más pendientes de las tendencias del mercado son más cautas a la hora de excederse en el gasto en moda y calzado.
- **Masculino:** representa un 26.3% del sector. A pesar de que hay una diferencia de casi la mitad con respecto al consumo de calzado femenino, en Países Bajos los hombres compran calzado más caro que las mujeres; ahora bien, hay que hacer notar que uno de cada tres pares de calzado para hombres es comprado por mujeres. Debido a la crisis actual, el comprador masculino ya no está tan pendiente de la moda y de las últimas tendencias como sucedía hace unos años y los hombres buscan más calzado confortable y que puedan llevar durante más tiempo.
- **Infantil:** supone un 16.8% del consumo dentro del sector del calzado en Países Bajos. Como norma general, la vuelta al colegio en septiembre es el momento en el que más calzado infantil se vende en el país, con una media entre tres y seis pares por ni-

⁴ Datos Información País Oficina Económica y Comercial de España en Países Bajos

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

ño y año. De acuerdo con una investigación realizada por Gfk⁵ en 2009, alrededor del 35% de los encuestados compran tres pares de zapatos; solamente el 4% dice comprar más de seis pares al año.

En la siguiente ilustración se recoge la segmentación del mercado del calzado en la Unión Europea por precio y calidad del producto así como por posicionamiento de las principales marcas.

Ilustración 1_Segmentación del mercado del calzado en la UE. Fuente: CBI

	% total del mercado	Precio	Características
Lujo	€ 9 mil millones 18%	€ > 300	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad excelente • Marcador de tendencia • Colecciones exclusivas hechas a mano • Marcas de diseñador: Sergio Rossi, Jimmy Choo, Dolce & Gabbana, Prada, Gucci
Alto	€ 9.1 mil millones 19%	€ 100-300	<ul style="list-style-type: none"> • Muy buena calidad • Seguidor de tendencias y atención al estilo • Variedad en las colecciones pero producción limitada • Marcas: Bally, Burberry, MiuMiu, Boss, Chloé, marcas locales, marcas de ropa.
Medio	€ 19.4 mil millones 39%	€ 25 - 100	<ul style="list-style-type: none"> • Buena calidad • Seguidor de tendencias, con estilo, cómodo y funcional • Gran variedad y alto volumen de producción • Marcas: Kickers, Clarks, Converse, Dr Martín, Uggs, Nike, Adidas, marcas de moda y marca blanca.
Bajo	€ 11.8 mil millones 24%	€ < 25	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad media-baja • Modelos populares y variaciones para el gran público • Alto volumen de producción al precio más bajo posible • Imitaciones de marcas conocidas, marcas privadas y marca blanca.

A continuación se detallan las **principales tendencias** que influyen la demanda de calzado en Países Bajos:

- **Personalización:** los consumidores dan cada vez más valor a los atributos intrínsecos de un producto como pueden ser la integridad y la responsabilidad social de la empresa productora. Esto significa que los consumidores ya no están tan interesados en ciertos productos porque son más caros o exclusivos. Algunas empresas de calzado ya ofrecen la posibilidad a sus compradores de crear sus propios zapatos a su gusto. Ejemplo de ello se pueden encontrar en la página de la empresa [Emmen Shoenen](#).

⁵ Growth For Knowledge. Instituto Internacional de Investigación de Mercado.

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

- **Tendencia de compra en tiendas de moda:** en los últimos años los compradores optan más por hacer una compra conjunta del outfit en tiendas de moda que a comprar el calzado de forma independiente.
- **Calzado relacionado con proyectos solidarios:** es una tendencia en alza en varios mercados de la UE; así firmas como [Jan Jansen](#) están realizando proyectos en los que se utilizan materiales reciclados venidos de zonas deprimidas de África y además parte de los beneficios se devuelven para ayudar a organizaciones que ayudan a niños en países del tercer mundo.
- **El calzado eco-chic está de moda:** el calzado ecológico, que hasta hace poco estaba visto entre los consumidores holandeses como demodé, está tomando poco a poco relevancia y según una encuesta realizada por Gfk en 2009, el 25% de los encuestados dice estar dispuesto a pagar un precio más caro a cambio de tener un zapato creado bajo producción ecológica y socialmente responsable.

ICEX

IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los precios del calzado en Países Bajos están cercanos a la media del resto de países de la Unión Europea. Los consumidores holandeses son bastante cautos a la hora de comprar y exigen la mejor relación calidad-precio en los productos que adquieren, sobre todo desde la entrada en la recesión económica. La diferencia conseguida por algunos importadores en cuanto a precios está marcando la diferencia entre los detallistas de calzado en el país. Según Eurostat, el precio medio del calzado en 2010 en Países Bajos era de 107 euros, siendo un poco superior que el del resto de los países de la Unión Europea, que se sitúa en 100 euros.

Debido a la cada vez más intensa competitividad para tener un lugar en la cadena de distribución, los márgenes por las ventas de calzado en Países Bajos han caído considerablemente durante los últimos años. A pesar de esto, las grandes empresas de retail se han visto menos afectadas y más capaces de soportar los costes adicionales producidos por esta caída en los márgenes.

El mercado del calzado está totalmente globalizado, y por esta razón no se encuentran muchas diferencias en cuanto a los márgenes en los distintos mercados de la UE; ahora bien, lo que sí se puede apreciar es una diferencia en los márgenes si se tiene en cuenta el tipo de calzado del que se trate, con márgenes más altos para calzado de marca o calzado más formal y con márgenes más pequeños para calzado casual o calzado deportivo.

Según el canal de venta, los márgenes que se aplican son diferentes y pueden variar (incluyendo el 19% de I.V.A) desde 2.3 al 2.9 del precio CIF según se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 7_Márgenes aplicados. Elaboración propia a partir de datos de CBI

	Bajo	Alto
Importadores/distribuidores	30%	40%
Agentes	10%	15%
Punto de venta	45%	75%
P.V.P	2.3	2.9

EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Los distribuidores y los importadores basan sus costes en el precio CIF. Esto significa que sus costes reflejan el precio FOB más el transporte hasta su almacén, seguros y los posibles derechos de importación a los que tengan que hacer frente. Los distribuidores e importadores establecen un margen en torno al 30% aunque puede llegar al 40% dependiendo de las circunstancias. En principio intentan mantener control para acercarse lo máximo posible al precio de venta al público recomendado, pero el exceso de oferta y el éxito de los outlets de calzado hace que en algunos casos se pueda encontrar un 60% de margen aplicado a estos productos en un intento de recuperar mediante el precio la pérdida que supone la disminución de volumen de venta conseguido.

Tabla 8_Cálculo del Precio de Venta al Público. Fuente: Elaboración propia con datos de CBI

	Bajo	Medio	Alto
Coste Materiales (incluido 15% por stock no vendido)	25	25	25
Costes de Mano de Obra Directa (incluido diseño)	25	25	25
Costes Directos de Producción (packaging, promoción, envío de muestras)	15	15	15
Total Coste Variable Bruto	65	65	65
Margen de contribución (ej. sobre coste con un beneficio del 35%)	23	23	23
Precio de exportación (FOB)	88	88	88
Aranceles de importación* (ej. Calzado con la parte superior de piel 3.5%)	4	4	4
Otros costes (transporte, seguros, bancos)	8	8	8
Precio CIF	100	100	100
Margen importador/distribuidor (ej. Bajo 30%, medio 35%, alto 40%)	30	35	40
Precio de venta Importador/Distribuidor	130	135	140
Margen detallista (ej. Bajo 45%, medio 60%, alto 75%)	59	81	105
Precio antes de IVA	189	216	245
IVA (19% en Países Bajos)	36	41	47
Precio de Venta al Público	225	257	292
Ratio precio CIF - PVP	2.3	2.6	2.9

Estos márgenes podrán variar dependiendo del segmento del mercado del que se trate. Cuanto más alto sea éste, más altos serán los márgenes aplicados. Las grandes centrales de compra y las cadenas de tiendas suelen pedir descuentos por volumen, que luego son repercutidos a sus tiendas.

En cuanto a los precios de importación a nivel mundial, se puede ver una gran diferencia entre países de la Unión Europea y del resto del mundo. El precio medio del calzado importado 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.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Las grandes empresas españolas de moda son todo un referente en Países Bajos, así Mango, Zara o Desigual están presentes en todas las principales ciudades con núcleo comercial. Esta influencia de la moda española también tiene su reflejo en el calzado, y cada vez es más fácil encontrar marcas españolas tanto en las tiendas como en las ferias de moda.

El calzado español cada vez está más presente en Países Bajos. Tras la irrupción de calzado producido en otros países, principalmente en Asia, el español ha experimentado una subida en cuanto a la percepción por parte del consumidor neerlandés. Hasta hace unos años, el calzado italiano era el que copaba el segmento alto tanto por su diseño como por su calidad y precio; hoy en día, el calzado español ha conseguido situarse casi a la misma altura y la mayor parte de las marcas con presencia en el país forman parte del segmento medio-alto y alto. Estas marcas trabajan a través de agentes especializados en el sector, aunque ya hay algunas que tienen presencia en su propia red de puntos de venta como Camper o Cuplé, además de distribuir sus zapatos en otro tipo de tiendas como las multimarca o en corners en grandes almacenes.

Como ya se ha hablado a lo largo de este estudio, los neerlandeses son cuidadosos a la hora de adquirir calzado y exigen que sea de buena calidad aunque el precio sea más alto que el calzado proveniente de otros países. En cuanto a los minoristas, tienen una buena imagen del calzado proveniente de España sobre todo por su calidad, por el precio, que les permite establecer márgenes en torno al 65% y por la atención postventa recibida de parte de los fabricantes.

Las principales cualidades que aprecian los consumidores neerlandeses sobre el calzado español son que es muy creativo, siempre presenta novedades en lugar de seguir tendencias; además consideran que el precio no es caro teniendo en cuenta que la calidad es muy buena. En definitiva tienen capacidad de gastar un poco más si se les ofrece un buen diseño y calidad.

Pero el calzado español de grandes marcas no es el único presente en el mercado de Países Bajos; los grandes importadores de calzado y centrales de compras como el grupo Macintosh, cada vez adquieren más calzado de marca blanca proveniente de España, para después ponerlos a la venta bajo las marcas que trabajan.

VI. DISTRIBUCIÓN

Existen diferentes formas para entrar en el mercado neerlandés. Aunque las principales figuras de intermediarios siguen siendo las tradicionales de importador, agente y mayorista, hay que tener en cuenta que hay otros actores que cada vez actúan con más fuerza en el mercado, como pueden ser las centrales de compra o las grandes cadenas de detallistas que establecen la relación directamente con el fabricante.

Tanto si se decide distribuir el producto a través de un agente, un importador o un mayorista, habrá que tener en cuenta que muy probablemente, éste no sólo actuará en Países Bajos sino que cubrirá también una zona de Bélgica o Alemania. Por eso es recomendable conocer al máximo posible al futuro socio y vigilar que cubra con total implicación el mercado de interés.

Los agentes son una de las figuras más activas en este sector, aunque muchas veces tienden a especializarse en un tipo determinado de calzado o en una cartera muy reducida de marcas, o solamente abarcan ciertos segmentos de detallistas y regiones muy acotadas. Para encontrar uno lo más recomendable es visitar ferias o insertar anuncios en revistas especializadas del sector.

Ilustración 2_Formas de entrada. Fuente: Elaboración propia



EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

La mayoría de los agentes del sector de confección, calzado y moda pueden encontrarse a través de la [Federación de Intermediarios](#) que agrupa unos 1000 agentes y más de 2500 distribuidores.

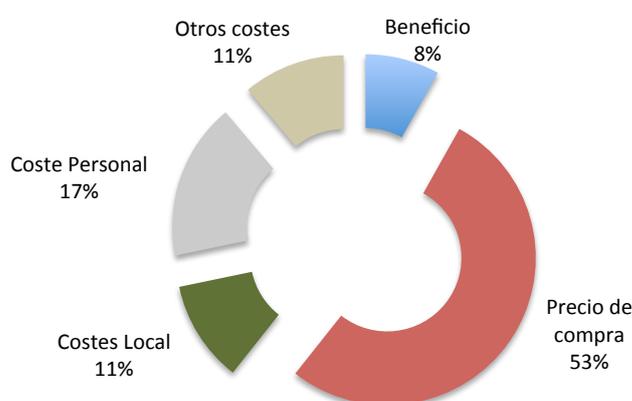
Tabla 9_Distribución de calzado por canales. Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Comercio minorista	95,7	94,0	92,0	91,0	90,1	88,7
Grandes almacenes	7,6	7,4	7,2	7,0	6,9	6,9
Grandes superficies / hipermercados	4,6	4,5	4,8	5,0	5,2	5,3
Detallistas especializados calzado / ropa	69,3	67,7	65,7	64,0	62,7	62,0
Detallistas calzado deportivo	12,3	12,7	12,9	13,0	13,1	13,2
Otros	1,9	1,7	1,4	2,0	2,2	1,3
Venta directa	4,3	6,0	8,0	9,0	9,9	11,3
Venta por catálogo	2,3	2,1	2,0	1,9	1,6	1,5
Venta online	1,9	3,8	5,9	7,0	8,2	9,7
Venta a domicilio	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

El sector de la distribución de calzado en Países Bajos está muy concentrado. Así las **grandes cadenas y centrales de compra** dominan el mercado controlando más de la mitad del volumen comercializado en el país. Además de estas, el grueso del volumen de calzado vendido se reparte entre **tiendas de deportes**, canales no especializados como los **grandes almacenes**, cadenas de **tiendas de ropa**, y por último la venta por **catálogo u online**, teniendo, esta última una importancia cada vez mayor en la distribución, llegando a un 40% de los consumidores que realizan parte de sus compras a través de este canal según la consultora Buying Support.

Como tendencia en distribución cabe destacar que cada vez son más marcas las que deciden abrir sus propios puntos de venta con el objetivo de acortar el canal con el cliente final, integrando otro tipo de productos – bolsos, bisutería, prendas de piel - dentro del surtido para conseguir atraer a más público y que el gasto medio por visita aumente. Según HBD el resultado medio de una tienda de calzado en Países Bajos en 2009 era el siguiente:

Gráfico 8_Coste de explotación de una tienda. Fuente: HBD



EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Dentro del sector retail especializado en venta de calzado en Países Bajos podemos encontrar importantes cadenas que están presentes en todas las ciudades del país y que a su vez forman partes de grandes grupos de calzado. Entre estos en Países Bajos destaca el grupo Macintosh, propietario de Scapino, Dolcis, Manfield e Invito entre otros y que funciona como una poderosa central de compras dentro del sector del calzado a nivel nacional y que ha sido formada a través de adquisiciones por parte del grupo de pequeñas cadenas de tiendas, que luego transforma para aplicarles una nueva fórmula que se estructura dentro del gigante del calzado neerlandés.

En la siguiente tabla se puede observar el ranking por cuota de mercado de las principales marcas vendidas en Países Bajos así como el grupo al que pertenecen en cada caso.

Tabla 10_Principales marcas y grupos distribuidores de calzado. Fuente: HBD

Marca	Empresa	2007	2008	2009	2010
Scapino	MacIntosch Retail Group NV	5,6	5,7	6,1	6,4
Adidas	Adidas AG	5,7	5,7	5,7	5,7
Schoenenreus	Schoenenreus BV	4,6	4,6	4,7	4,6
VanHaren	Deichmann SE	4,2	4,2	4,2	4,2
Dolcis	MacIntosch Retail Group NV	3,6	3,7	3,7	3,8
Ecco	Ecco Sko A/S	3,6	3,6	3,5	3,5
Bristol	Euro Shoe Group	3,5	3	3,5	3,5
Manfield	MacIntosch Retail Group NV	3	3	2,9	3,1
Geox	Geox SpA	2,4	2,5	2,4	2,5
Nike	Nike Inc	2	1,9	1,8	1,8
Van Bommel	Schoenfabriek Wed JP	1,5	1,5	1,5	1,6
Invito	MacIntosch Retail Group NV	1,4	1,4	1,3	1,4
Timberland	Timberland Co, The	1,3	1,3	1,2	1,1
C&A	Cofra Holding AG	0,4	0,4	0,5	0,5
Private Label	Private Label	30,2	30,9	30,7	30
Otras		26,9	26,7	26,3	26,5
TOTAL		100	100	100	100

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

En Países Bajos, 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. Además de normativa habrá que tener en cuenta aspectos no legislativos como los medioambientales, seguridad y salud de los consumidores y responsabilidad social corporativa, cada vez más arraigados en la sociedad neerlandesa.

El calzado está gravado con un tipo de IVA del 19 por ciento.

Hay que comentar que desde el 1 de abril de 2011 y tras la presión ejercida por diversos gremios del calzado a nivel europeo, la Unión Europea levantó las medidas antidumping que existían para los calzados de piel importados desde China, Vietnam y Macao.

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

MODEFABRIEK

Dos ediciones anuales, enero y julio.

Empresa organizadora: Modefabriek

Dirección: Gedempt hamerkanaal 29, 1021 KL Ámsterdam, Países Bajos

Teléfono: +31 (0) 20 442 19 60

Fax: +31 (0) 20 442 19 61

E - mail: mf@Modefabriek.nl

Página Web: www.modefabriek.nl (disponible en inglés y neerlandés)

La feria se celebra en el recinto ferial Ámsterdam RAI

Dirección: Europaplein, 22 NL 1078 GZ Ámsterdam, Países Bajos

Teléfono: +31 (0) 20 549 12 12

Fax: +31 (0) 20 646 44 69

Página Web: www.rai.nl (disponible en inglés y neerlandés)

CAST (Centre for Accessories, Shoes and Bags)

Exposición permanente dedicada a calzado y prendas de piel.

Dirección: Buizerdlaan 6, 3435 SB Nieuwegein, Países Bajos

Teléfono: +31 (0) 30 603 72 33

Fax: +31 (0) 30 603 56 07

E - mail: info@cast.nl

Página Web: www.cast.nl

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

SCHOENVISIE

Revista especializada en el sector calzado

Dirección: MYbusinessmedia B.V., Joan Muyskenweg 22, 1096 CJ Ámsterdam
PO Box 94545, 1090 GM Ámsterdam

Teléfono: +31 (0) 57 050 43 00

Fax: +31 (0) 57 050 43 99

E - mail: info@mybusinessmedia.nl

Página Web: www.schoenvisie.nl

TEXTILIA

Revista del sector moda/calzado

Dirección: MYbusinessmedia B.V., Joan Muyskenweg 22, 1096 CJ Ámsterdam
PO Box 94545, 1090 GM Ámsterdam

Teléfono: +31 (0) 20 460 22 00

Fax: +31 (0) 20 460 22 44

E - mail: redactie@textilia.nl

Página Web: www.textilia.nl

VAKNIEUWS

Revista del sector calzado y salud podológica.

Dirección: Noordenseweg 1, 2421 XW Nieuwkoop

Teléfono: +31 (0) 17 257 56 16

E - mail: vaknews@asws.nl

Página Web: www.asws.nl

TRED MAGAZINE

Revista del sector moda/calzado

Dirección: Blauw Media Uitgeverij B.V., Straatweg 28, 3604 BB Maarssen
PO Box 1043, 3600 BA Maarssen

Teléfono: +31 (0) 34 657 40 40

Fax: +31 (0) 34 657 60 56

E - mail: tred.redactie@blauwmedia.com

Página Web: www.vakbladred.nl

3. ASOCIACIONES

THE ASSOCIATION OF FOOTWEAR RETAILERS

Dirección: VGS - Vereniging van Grootwinkelbedrijven in Schoenen

PO Box 182, 2260AD Leidschendam

Teléfono: +31 (0) 70 444 25 87

Fax: +31 (0) 70 317 50 46

E-mail: info@rndweb.nl

Página Web: www.rndweb.nl

(Forma parte de la Raad Nederlandse Detailhandel – Consejo de Minoristas Neerlandeses que agrupa a más de 1000 socios)

THE DUTCH SHOEMAKERS ASSOCIATION

Dirección: NSV – Nederlandse Schoenmakers Vereniging

Havenstraat 41A, 1736 KD Zijdewind

Teléfono: +31 (0) 22 642 36 85

Fax: +31 (0) 22 642 16 37

E-mail: info@shoemaker.nl

Página Web: www.shoemaker.nl

THE FEDERATION OF FOOTWEAR WHOLESALERS, IMPORTERS, EXPORTERS AND AGENTS

Dirección: VIMAGRO

PO Box 90154, 5000 LG Tilburg

Teléfono: +31 (0) 13 594 45 30

Fax: +31 (0) 13 594 47 47

E-mail: wmg@wispa.nl

Página Web: <http://www.vimagro.nl/>

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

EMMEN SHOENEN

Web especializada en calzado en Países Bajos

www.shoes.nl

THE DUTCH RETAIL ASSOCIATION

www.mittex.nl

www.hbd.nl

THE DUTCH FASHION PORTAL

www.fashion.nl



ICEX