

## El mercado del calzado en Países Bajos

## El mercado del calzado en Países Bajos

Esta nota ha sido realizada por Virginia De Alarcón Pareja, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya. No se genera responsabilidad alguna por errores u omisiones. *(No rights may be derived from this report. No liability is accepted for any error or omissions).*

Febrero 2008

## ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
<b>II. OFERTA</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	9
3. Importaciones	12
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>17</b>
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>20</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>21</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>23</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>27</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>28</b>
1. Ferias	28
2. Publicaciones del sector	28
3. Asociaciones	29
4. Otras direcciones de interés	30

### CONCLUSIONES

A la hora de comprar calzado, los factores decisivos para los neerlandeses son el diseño, la calidad, la comodidad y la competitividad de los precios. El diseño y el conocimiento de la marca son factores especialmente importantes en el calzado de alta calidad y deportivo.

Los altos costes de producción en la Unión Europea han llevado a las empresas a llevar a cabo estrategias de deslocalización y especialización. Esto es debido principalmente a tres razones: la intensa necesidad de mano de obra, la competencia de las importaciones a un menor precio y los aumentos en los costes de producción. Los productores tradicionales de la Unión Europea están cambiando la fabricación, por negocios de montaje, usando partes importadas de zapatos.

Los consumidores europeos muestran un mayor gusto por un estilo más informal, pero con un alto componente de diseño. Las exportaciones de calzado desde países en desarrollo continúan aumentando, siendo China y Vietnam los países que más exportan a la Unión Europea.

- Se ha producido un aumento del 3% en valor de ventas del calzado, después de tres años de descenso. Las ventas en términos de valor alcanzaron los 2.427 millones de euros.
- Ya en el año 2006, los beneficios en el sector aumentaron un 7,3%. Los canales más importantes de venta fueron las tiendas de calzado (77%) y las tiendas de deporte (11%).
- El sector consta de 1.360 empresas con 3.135 tiendas, que genera un total de 18.100 puestos de trabajo.
- Países Bajos presenta un superávit comercial con España en el sector del calzado. Sin embargo, éste se ha visto disminuido significativamente en el 2007.
- Han aumentado las ventas de artículos de lujo y de alta calidad en el 2006. Especialmente el segmento masculino es el que ha mostrado más interés en estos artículos.
- El Mercado minorista del calzado neerlandés posee un efecto positivo en el clima competitivo del sector, ya que las cuotas de las marcas de calzado están muy fragmentadas.
- Los precios del calzado aumentaron en el 2006, después de tres años en los que sufrieron un descenso continuado. Sin embargo, aún siguen siendo un 5% más baratos que en el 2002.

# I ■ DEFINICION DEL SECTOR

El diccionario de la Real Academia de la Lengua (RAE) define calzado como “todo género de zapato, borceguí, abarca, alpargata, etc., que sirve para cubrir y resguardar el pie”. El espectro de tipos de calzado es muy amplio, de ahí la necesidad de efectuar una ordenación previa para su estudio. El calzado puede encontrarse clasificado de diferentes maneras en las estadísticas oficiales, atendiendo a varios criterios:

- El uso final: de calle; deporte y tiempo libre; para la casa; de trabajo y seguridad
- La materia prima utilizada en suela y pala:
  - Suela: cuero, plástico, goma, madera, corcho u otros materiales
  - Pala: cuero, plástico, cuero sintético o textil
- El usuario final: señora, caballero o niño
- La altura del calzado: según cubran (en parte o en todo) el tobillo y lleguen o no a la rodilla

El calzado puede dividirse según la clasificación establecida por el Sistema Armonizado de Descripción y Codificación de Productos (HS). Los códigos arancelarios del calzado, según el Sistema Armonizado, están integrados dentro del capítulo 64: ‘Polainas, botines y artículos análogos; partes de estos artículos’. Las partidas arancelarias son las siguientes<sup>1</sup>:

<b><u>Código</u></b>	<b><u>Grupo de productos</u></b>
----------------------	----------------------------------

- |       |                              |
|-------|------------------------------|
| 64.01 | Calzado                      |
| 64.02 | Calzado de caucho o plástico |
| 64.03 | Calzado de cuero natural     |
| 64.04 | Calzado de materias textiles |
| 64.05 | Los demás calzados           |
| 64.06 | Partes de calzado            |

---

<sup>1</sup> El apéndice I contiene el desglose completo de las partidas relevantes por productos.

## II. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado del calzado en Países Bajos se encuentra entre los diez mercados más grandes de Europa, junto a mercados como el italiano o el español, aunque su volumen de transacciones es mucho menor. En la siguiente tabla podemos observar el aumento que se ha producido en cada subsector (atendiendo al tipo de consumidor), así como en el total de las ventas registradas en el mismo:

Tabla 1. Ventas en el sector del calzado<sup>2</sup>

	Ventas en volumen (Miles de unidades)		Crecimiento por subsec- tor (volumen)	Ventas en valor (millones de euros)		Crecimiento por subsec- tor (valor)
	2005	2006	2005/06	2005	2006	2005/06
<b>Calzado masculino</b>	10.240	10.463	2,2%	519,2€	541,2€	4,2%
<b>Calzado femenino</b>	42.871	46.182	7,7%	1.486,7€	1.531,3€	3%
<b>Calzado infantil</b>	13.189	13.415	1,7%	353,9€	355,2€	0,4%
<b>Total</b>	66.301	70.061	5,7%	2.359,8€	2.427,7€	2,9%

<sup>2</sup> Fuente: Euromonitor, Country sector briefing: Footwear- Netherlands, Septiembre de 2007

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

El gasto neerlandés en calzado, en el año 2006, fue de 2.427 millones de euros. Las tiendas especializadas se han convertido en el canal de distribución más importante, alcanzando el 77% del mercado. Desde el 2004 se ha producido una recuperación del consumo neerlandés de calzado, lo que provocó un crecimiento del sector de un 2,9% en el año 2006, respecto al nivel del año 2005.

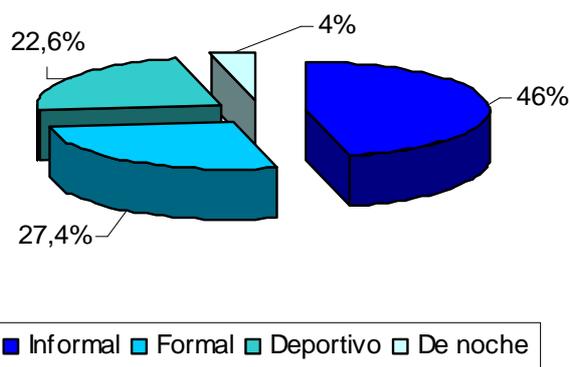
El aumento en los beneficios del sector, han venido motivados por un mayor número de unidades vendidas, y no por un aumento de los precios del calzado, ya que éstos se han mantenido en niveles inferiores a los registrados en 2001.

Este aumento en las cifras del sector del calzado, en el último año, se refleja en cada uno de los subsectores. Las ventas del subsector que más ha crecido, en términos de volumen, ha sido el del calzado femenino, con 7,7%. En total, el sector del calzado en Países Bajos en 2006 aumentó sus ventas en 3.760.000 pares de zapatos, sobrepasando los 70 millones de unidades vendidas.

En términos de valor, el subsector que más ha aumentado sus ventas ha sido el masculino, con un crecimiento del 4,2%. El sector del calzado, en su conjunto, ha registrado un aumento de 68 millones de euros en sus ventas. Después de varios años de recesión a principios de la década, los minoristas especializados en venta de artículos de gama alta masculinos fueron los que más aumentaron en 2006. Este sector se encontraba preparado para invertir en zapatos de mayor calidad. Los establecimientos más beneficiados por este cambio en las tendencias han sido las cadenas orientadas a un segmento medio del mercado.

Si estudiamos el mercado, basándonos en los diferentes tipos de calzado, observamos que el calzado más vendido en Países Bajos es el de tipo informal con un 46% del total de las ventas, seguido del calzado formal que cuenta con un 27,4% de las ventas.

**Gráfico 1. Ventas de calzado por tipo en el 2006<sup>3</sup>**



El segmento del calzado deportivo está dominado por zapatillas de deporte, usadas a menudo como calzado informal, seguido de botas de montaña y calzado para deportes técnicos (por ej. aeróbic, baloncesto o botas de fútbol).

<sup>3</sup> Fuente: Euromonitor, Country sector briefing: Footwear- Netherlands, Septiembre de 2007

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

En cuanto a las **predicciones del mercado** del calzado para los próximos años, y después de obtener unos resultados inferiores a lo esperado en el periodo estudiado, está previsto un crecimiento en los próximos años del sector minorista del calzado. Se espera una recuperación del mercado en los próximos años, siendo el valor total alcanzado en 2005 y 2006 muy insatisfactorio.

El calzado femenino e infantil cayó, para dar protagonismo al calzado masculino. Sin embargo en los próximos años se prevé una recuperación de estos sectores. El calzado femenino se convertirá en el mayor grupo de consumo y la recuperación económica ayudará a vender más artículos exclusivos y de alta calidad en este segmento. El calzado infantil también es susceptible de sufrir una mejora, a pesar de la caída en el índice de natalidad. Los padres han demostrado un mayor gusto por los artículos de moda y más conciencia de la importancia del calzado para la salud y el bienestar de sus hijos.

La previsión es que las cadenas textiles internacionales y los minoristas del calzado que actualmente cuentan con una cuota de mercado muy pequeña, vayan aumentando su cuota y su oferta de productos. Además estos grupos están comenzando a vender sus colecciones de calzado a través de sus negocios online.

En la siguiente tabla podemos observar la predicción del crecimiento del sector en términos de miles de unidades vendidas. Hasta el año 2011 se espera que los subsectores que experimentarán un crecimiento más alto sean el masculino y el femenino, con un crecimiento del 13,1% y del 12%, respectivamente.

**Tabla 3. Previsión de crecimiento por subsector (volumen)<sup>4</sup>**

	Previsión de crecimiento por subsectores (volumen en miles de unidades)				
	2008	2009	2010	2011	Crecimiento 2006/11
<b>Calzado masculino</b>	<b>11.057</b>	<b>11.334</b>	<b>11.594</b>	<b>11.838</b>	<b>13,1%</b>
<b>Calzado femenino</b>	<b>48.473</b>	<b>49.588</b>	<b>50.679</b>	<b>51.743</b>	<b>12%</b>
<b>Calzado infantil</b>	<b>13.766</b>	<b>13.917</b>	<b>14.057</b>	<b>14.183</b>	<b>5,7%</b>
<b>Total</b>	<b>73.297</b>	<b>74.840</b>	<b>76.331</b>	<b>77.765</b>	<b>11%</b>

Como se observa en la siguiente tabla, en términos monetarios (millones de euros vendidos), serán de nuevo el subsector masculino y el femenino los que obtendrán un mayor crecimiento. No obstante, en este campo se espera un mayor crecimiento para el calzado masculino, del 9,8% frente a un 6,8% del calzado femenino. En total se prevé un crecimiento del sector del 6,7% entre el año 2008 y 2011.

<sup>4</sup> Fuente: Euromonitor, Country sector briefing: Footwear- Netherlands, Septiembre de 2007

Tabla 4. Previsión de crecimiento por subsectores (valor)<sup>5</sup>

	Previsión de crecimiento por subsectores (valor en millones de euros)				
	2008	2009	2010	2011	Crecimiento 2006/11
<b>Calzado masculino</b>	564€	574,3€	583,5€	591,7€	9,3%
<b>Calzado femenino</b>	1.577,6€	1.598,1€	1.617,3€	1.635,1€	6,8%
<b>Calzado infantil</b>	358,4€	360€	361,6€	362,7€	2,1%
<b>Total</b>	2.500,2€	2.532,6€	2.562,4€	2.589,5€	6,7%

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La industria de calzado neerlandesa produce calzado basándose, principalmente, en unas pautas estrictas de calidad y un estilo clásico, elaborando un calzado cómodo y seguro para el consumidor. La producción está principalmente dirigida al mercado interno, con poca exportación a otros países.

### DATOS DE PRODUCCIÓN

La producción en Países Bajos ha descendido mucho en los últimos años especialmente en términos de valor, según podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 5. Producción de calzado en Países Bajos (millones de euros/millones de pares)<sup>6</sup>

2001		2003		2005	
Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
160	4.0	116	4.0	92	4.0

La industria es pequeña, en comparación con otros países de la Unión Europea. Produce esencialmente un calzado de calidad media y alta, el principal material utilizado es el cuero. El valor de la producción de calzado en Países Bajos en 2005 ha sido de 92 millones de euros o 4 millones de pares, cifra que está muy por debajo de los 160 millones de euros que se registraron en 2001.

El descenso sufrido en la producción ha sido, en parte, debido a diversos factores como: la caída de las exportaciones, el tipo de cambio entre el dólar y el euro y el estancamiento de algunas de las mayores economías del mundo como Alemania y EE.UU.

<sup>5</sup> Fuente: Euromonitor, Country sector briefing: Footwear- Netherlands, Septiembre de 2007

<sup>6</sup> Fuente: Eurostat

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Sin embargo, la principal razón de la caída de la producción neerlandesa es el resultado de la bajada de precios de las importaciones, sobre todo las asiáticas, que ha provocado el cierre de algunas empresas, o la deslocalización de su producción con el objetivo de reducir sus costes. Esta deslocalización ha tenido lugar a países como Túnez, Indonesia, India o países de Europa del este. Otra de las tendencias en el sector, dada la dificultad para competir en el sector del calzado, es la especialización, sobre todo en subsectores de gama alta y gran calidad.

### SITUACIÓN DEL SECTOR

En el 2006 el sector del calzado registró un 7,3% más de beneficios que en el 2005, suponiendo un enorme avance en el mismo. En el 2004, los beneficios permanecían un 10% por debajo de los registrados un año antes. Con el aumento registrado en los últimos años, el sector se ha recuperado y actualmente se encuentra en los mismos niveles en los que estaba en el 2002, uno de los años en el que se registraron mejores resultados para el sector del calzado. Actualmente los beneficios han llegado a los 18.000 millones de euros (excluyendo el IVA).

El aumento en los beneficios se debe principalmente al aumento del 6,1% que se ha producido en el consumo de zapatos, refiriéndose al número de pares de zapatos vendidos y no al aumento del precio, que fue insignificante.

En el 2007, con datos hasta octubre, el mercado creció más de un 1% en comparación con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento más importante tuvo lugar en marzo y abril.

**Tabla 6. Cifras del Calzado en 2005<sup>7</sup>**

CIFRAS CALZADO	
Beneficio por tienda	586.800 €
Beneficio por m <sup>2</sup> *	2.100 €
Beneficio por empleado**	167.400 €

\*Se refiere a m<sup>2</sup> de la tienda, visibles y accesibles para los consumidores

\*\*Empleados en nómina

En el 2006, había ya 1.360 empresas dedicadas al sector del calzado, con un total de 3.135 puntos de venta en Países Bajos. La provincia con un mayor número de tiendas es Holanda del Sur con un total de 609 establecimientos, seguida de Brabante del Norte con 560 y Holanda del Norte con 549. Además, el mayor número de tiendas se registran en municipios de entre 10.000 y 50.000 habitantes, núcleos en los que también se concentra el grueso de la población neerlandesa.

Aproximadamente dos quintos de las tiendas especializadas son franquicias o filiales asociadas a una gran cadena (lo mínimo son siete puntos de venta); otro 40% colabora con alguna organización de venta y el 20% pertenece a la llamada empresa independiente, que en el

<sup>7</sup> Fuente: [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl)

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

2002 representaba aún el 26%. En la siguiente tabla podemos observar el número de puntos de venta por tienda:

**Tabla 7. Número de puntos de venta**

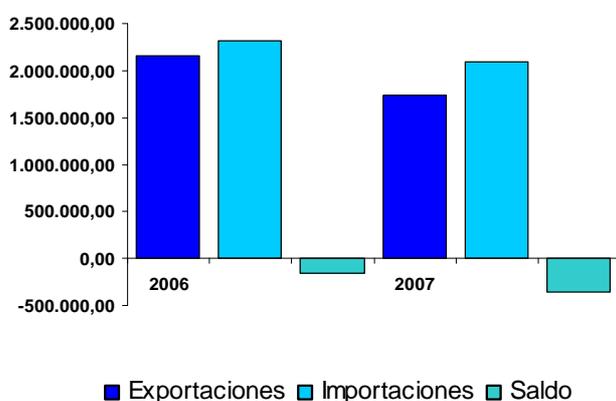
<b>NÚMERO DE PUNTOS DE VENTA</b>				
<b>De 7 a 10</b>	<b>De 10 a 25</b>	<b>De 25 a 50</b>	<b>De 50 a 100</b>	<b>Más de 100</b>
<b>Albert Nolten</b>	<b>Bovendeert</b>	<b>Ecco</b>	<b>Ardenberg</b>	<b>Bristol</b>
<b>Axi Schoenen</b>	<b>Cinderella</b>	<b>Invito</b>	<b>Dolcis</b>	<b>Scapino</b>
<b>Dungelman</b>	<b>Dr. Adams</b>	<b>Nelson</b>	<b>Manfield</b>	<b>Schoenenreus</b>
<b>Fred de la Bretoniere</b>	<b>Durlinger</b>	<b>Sacha Shoes</b>	<b>Ziengs</b>	<b>Van Haren</b>
<b>Mevio</b>	<b>Hessels</b>	<b>Shoetime/Massa Shoen&amp;Mode</b>		
<b>Munnichs</b>	<b>Leemans</b>	<b>Van Woensel</b>		
<b>O'Moda Schoenen</b>	<b>Piet Kerkhof</b>			
<b>Poco Loco</b>	<b>Schuurman</b>			
<b>Pourvous</b>	<b>Schoeline</b>			
<b>Van der Pluijm</b>	<b>Shoe Outlet</b>			
<b>Van vorst</b>	<b>Taft Schoenen</b>			
	<b>Tango</b>			

En cuanto a los medios de pago, cabe destacar que el medio de pago más usado son las tarjetas de débito (en las que se requiere el PIN para pagar), con un 57% de las compras. Mientras que tan sólo el 1% se realizó mediante tarjetas de crédito y un 40% mediante dinero en efectivo.

### 3. IMPORTACIONES

El saldo de la balanza comercial del calzado de Países Bajos con el resto del mundo ha sido deficitario en los últimos años. Además éste se vio prácticamente triplicado en el 2006. En el año 2007, y sólo con datos hasta noviembre, se ha experimentado un nuevo aumento del saldo deficitario de la balanza. El saldo comercial registrado hasta noviembre de 2006, era de (-105.846 miles de euros), mientras que en la misma fecha pero en 2007, el saldo deficitario asciende a (-320.324 miles de euros), lo que supone un aumento de más del 200%. En el siguiente gráfico podemos observar la evolución del saldo comercial en el 2006 y el 2007, este último con datos hasta noviembre:

**Gráfico 2. Balanza comercial del Mundo con Países bajos (valor)<sup>8</sup>**



En la siguiente tabla podemos observar las exportaciones e importaciones de Países Bajos con el mundo:

**Tabla 8. Balanza comercial del calzado del Mundo con Países Bajos<sup>9</sup>**

Exportaciones de Países Bajos al mundo			
	2005	2006	2007 (datos hasta noviembre)
<b>Valor (miles de €)</b>	<b>2.067.958,75€</b>	<b>2.162.928,88€</b>	<b>1.730.334,68€</b>
<b>Volumen (miles de Unidades)</b>	<b>121.516</b>	<b>188.229</b>	<b>95.495</b>
Importaciones de Países Bajos desde el mundo			
	2005	2006	2007 (datos hasta noviembre)
<b>Valor (miles de €)</b>	<b>2.122.557,63€</b>	<b>2.320.583,64€</b>	<b>2.084.003,12€</b>

<sup>8</sup> Fuente: EUROSTAT

<sup>9</sup> Fuente: EUROSTAT

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

<b>Volumen (miles de Unidades)</b>	<b>183.265</b>	<b>204.366</b>	<b>189.269</b>
--	----------------	----------------	----------------

El fuerte aumento del déficit comercial que ha experimentado Países Bajos con el resto del mundo últimamente, en la partida del calzado, se ha debido principalmente, a la dura competencia de los bajos precios de las importaciones de países asiáticos y al aumento de los costes de producción. En el año 2006, las exportaciones neerlandesas registraron un leve crecimiento del 4,59%, no obstante las importaciones aumentaron en mayor medida 9,33%, por lo que el saldo comercial se vio perjudicado.

En el 2007, con datos hasta noviembre, se puede observar una fuerte caída de las exportaciones neerlandesas del 15,35% respecto a las registradas en la misma fecha en el 2006, y a pesar de que en ese período Países Bajos consiguió reducir sus importaciones de calzado en un 3,07%, dada la caída de las exportaciones, la balanza comercial volvió a arrojar un saldo aún más negativo que en el 2006.

Los principales proveedores de calzado de Países bajos son los siguientes:

**Tabla 9. Principales destinos de las importaciones y exportaciones neerlandesas 2005<sup>10</sup>**

Principales orígenes de las importaciones neerlandesas		Principales destinos de las exportaciones neerlandesas	
Bélgica	18%	Alemania	21,82%
China	17,50%	Reino Unido	15,24%
Hong Kong	12,80%	Italia	13,82%
Alemania	12,70%	Francia	13,78%
Italia	13%	Bélgica	11,62%
Portugal	6%	España	5,58%
España	2,60%	Suecia	2,36%
Rumania	2,50%	Dinamarca	2,11%
Reino Unido	2,40%	Austria	1,58%
Francia	2%	Portugal	1,19%
Resto	10,80%	Resto	10,91%

Los principales proveedores de calzado de Países Bajos, son países como Bélgica (18%) y China (17,5%); España ocupa la séptima posición cubriendo un 2,6% de las importaciones neerlandesas.

En los principales destinos de las exportaciones neerlandesas encontramos a Alemania como cabeza de lista (21.82%), en segunda posición se encuentra el Reino Unido (15.24%); España se encuentra en la sexta posición con un 5,58% de las exportaciones neerlandesas.

<sup>10</sup> Fuente: ONU, 6 de febrero 2008

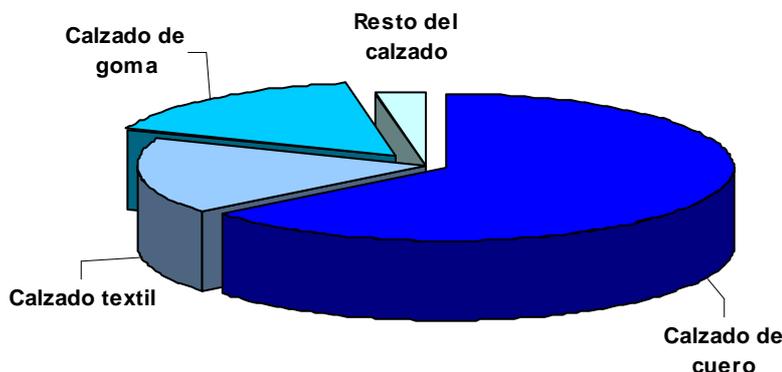
## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

En el 2006, un gran porcentaje de las exportaciones neerlandesas tuvieron como destino la Unión Europea: principalmente Alemania, Bélgica, Italia o Reino Unido.

Si estudiamos las importaciones neerlandesas por grupo de producto, observamos que el calzado de cuero es el más importado representando un 64,1% del total del calzado importado en 2005, manteniendo el mismo nivel desde el 2001. El calzado textil ha supuesto un 16,6% del total de las importaciones, lo que supone un aumento respecto de los niveles registrados en 2001 del 15,2%. El calzado de goma o plástico representa el 16,3%, mientras que en el 2001 era de 17,1%. El resto de calzado representa tan sólo un 2,9%, también un descenso respecto al 2001.

En las exportaciones, el calzado de cuero ha supuesto un 71,9% del total, un aumento respecto del 2001 del 62%. Los principales destinos fueron Francia, Alemania, Reino Unido e Italia. También tuvo un peso importante el calzado de goma y plástico que supuso un 14,1% del total de exportaciones, a pesar de descender respecto del nivel del 2001 (20,2%). Los principales destinos fueron Francia y Alemania. El calzado textil representó un 11,9%, subsector que también descendió respecto de los niveles de 2001 (15,7%), siendo exportado principalmente a Francia y Alemania.

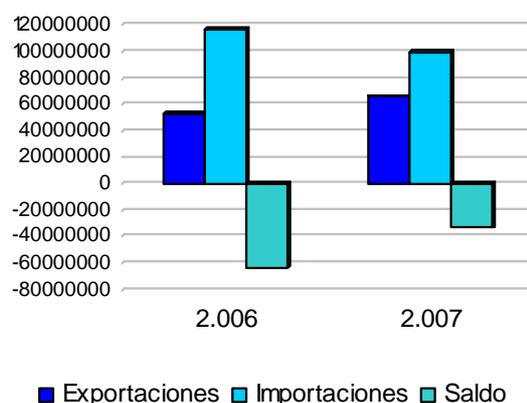
### Gráfico3. Importaciones neerlandesas por grupo de producto



En cambio, **la balanza comercial entre España y Países Bajos** es deficitaria para España, es decir, Países Bajos exporta más calzado del que importa de España. El superávit neerlandés aumentó un 5,92% en el 2006. Sin embargo en el 2007, el saldo de la balanza comercial neerlandesa era de 33.322 miles de euros, mientras que en la misma fecha, un año anterior, era de 62.925 miles de euros, lo que implica una reducción en la ventaja comercial neerlandesa respecto de la española de un 47%.

En el siguiente gráfico podemos observar la evolución de la balanza comercial en el sector del calzado entre el 2006 y el 2007, este último con datos sólo hasta octubre:

**Gráfico 3. Balanza comercial España- Países Bajos<sup>11</sup>**



**Tabla 10. Balanza comercial entre España y Países Bajos<sup>12</sup>**

Exportaciones de España a Países Bajos			
	2005	2006	2007
<b>Valor (miles de €)</b>	48.004,93 €	53.854,80 €	66.477,97 €
<b>Volumen (miles de Unidades)</b>	2.251,29	2.109,35	2.413,85
Importaciones de España desde Países Bajos			
	2005	2006	2007
<b>Valor (miles de €)</b>	107.405,14 €	116.770,19 €	99.800,52 €
<b>Volumen (miles de Unidades)</b>	3.207,20	3.277,45	4.250,45

En estos últimos años, en Países Bajos, hemos asistido a un aumento de las importaciones de calzado procedentes de España.

En el 2006 las exportaciones neerlandesas aumentaron un 12,19%. Sin embargo, las importaciones españolas de Países Bajos aumentaron en mayor medida, por lo que no se observó ninguna mejora en la balanza comercial española.

<sup>11</sup> Fuente: Aduanas

<sup>12</sup> Fuente: Aduanas

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

En el 2007, las exportaciones experimentaron de nuevo un aumento del 23,43%, y las importaciones también se redujeron en un 14,53%, lo que supuso una reducción significativa del superávit comercial de Países Bajos, suponiendo una notable mejora para España.

Hay que tener presente que en un mercado como el neerlandés, la re-exportación juega un papel muy importante. Por ello es también importante, que no sólo consideremos las pautas y tendencias del mercado en Países Bajos, sino las de los países que son destino final de las exportaciones de éste, siendo Alemania el principal destino de las mismas. Y aunque el calzado de cuero es el subsector con mayores ventas, el mayor crecimiento lo ha experimentado el subsector del calzado textil.



ICEX

# III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Después de unos años de descenso, el mercado neerlandés del calzado experimentó un crecimiento en 2006. El sector sufrió un efecto combinado entre la recesión económica, la disminución en el poder adquisitivo de los consumidores y una feroz guerra de precios. Por ello, desde el 2002, el valor de las ventas en el sector del calzado cayó. Afortunadamente, en el año 2006 se observó una cierta mejoría en el sector del calzado para los productores y minoristas, observándose un impresionante aumento de las ventas de calzado.

Los minoristas juegan un papel predominante en el mercado neerlandés. En términos de volumen, fueron las grandes cadenas de especialistas las que mejoraron su situación en 2006. Sin embargo, están muy presentes en el segmento de bajo precio, y por ello, el resultado no fue muy significativo en términos de valor. A pesar del gran aumento en términos de volumen, estos grandes detallistas fueron superados por minoristas de un tamaño medio.

El mayor motor del crecimiento en términos de valor fue el calzado masculino, que es el subsector más sensible a los cambios en la economía. Esto implica que gracias a la recuperación de la economía y del consiguiente aumento de la confianza del consumidor, se compran artículos más caros. En lugar de aplazar la próxima compra de calzado, los hombres han decidido que era el momento de invertir en zapatos de mayor calidad.

A pesar de que ha sido el calzado masculino el que ha experimentado un mayor crecimiento, el calzado femenino continúa siendo el subsector más importante en términos de valor de mercado y fue también el que experimentó un mayor crecimiento en términos de número de unidades vendidas. El subsector se benefició de las mejoras en la economía y del aumento de las preferencias de las mujeres neerlandesas por un calzado de mayor calidad. El hecho de que los minoristas han mantenido precios más competitivos para atraer a un mayor número de consumidores durante el 2006, ha tenido un efecto negativo en el precio medio por artículo, que implica que las ventas en términos de valor no serán tan altas como las que se experimentarían en términos de volumen.

Otro de los comportamientos que nos sugieren un cambio en los consumidores, es el hecho de la dificultad que encontramos a la hora de definir las pautas de consumo de las mujeres, que en el 2006 demostraron ser particularmente inconstantes, adquiriendo calzado tanto en tiendas caras de alta calidad, como en tiendas de descuento. Esto dificulta la predicción de la demanda y también aumenta la presión de los minoristas para aumentar el rango de productos ofertados, con el objetivo de mantener el interés del consumidor.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

Los minoristas especializados continúan dominando el mercado de la distribución en Países Bajos. Esto no significa que no sea un mercado dinámico. Sin embargo, cada vez una mayor parte del negocio es generado por grandes cadenas, en detrimento de los pequeños y especializados minoristas del calzado.

Otra amenaza es el aumento en el nivel de ventas de cadenas como H&M y Zara. Actualmente su proporción de mercado es muy pequeña, pero este tipo de cadenas se están centrando en una expansión de su oferta de calzado, aumentando además sus ventas de calzado en sus tiendas online.

El consumidor neerlandés da más importancia a la imagen y la apariencia, no sólo entre los más jóvenes, sino también entre las personas de mayor edad que buscan rejuvenecer su imagen. Desde el 2005, los neerlandeses han prestado una mayor atención al calzado de diseño, especialmente en el calzado femenino e infantil.

En el calzado informal, los diseños combinan un estilo deportivo y elegante. Son ligeros en peso, cómodos, en colores vivos o pastel, o simplemente en marrón y negro.

Otra de las tendencias es el calzado ergonómico, que trata de ser más saludable, sobre todo entre la población de mayor edad. Algunas de las marcas más populares son "Birkenstock", "Scholl" y "Ecco".

A pesar de la caída de precios y que el diseño se ha convertido en un factor importante para los consumidores neerlandeses, la comodidad continúa siendo el factor más importante de decisión en la compra de zapatos. El éxito de las sandalias ha sido gracias a la comodidad, aunque también debido a la tendencia de compra de calzado más informal, además de las temperaturas más altas que se han registrado en los últimos años.

Las botas han sido el tipo de calzado que ha presentado un consumo más alto, según la asociación de minoristas; se trata de un calzado que se lleva todo el año. En los últimos cinco años el gasto en este tipo de calzado ha aumentado un tercio. Una de las razones de su popularidad es el importante papel de faldas y vestidos. Además, se pueden comprar en todo tipo de modelos y números. Las botas hasta el tobillo son las que más se utilizan en época estival.

El sector del calzado neerlandés, es un sector abierto a nuevas tendencias y nuevos diseños, con consumidores muy exigentes, y sensible a los cambios en tendencias y modas, normalmente es uno de los primeros mercados en mostrar las últimas novedades del sector. El sector sigue las tendencias del mercado europeo. No obstante, existen ciertas particularidades a tener en cuenta, como por ejemplo, la gran proporción de números grandes que usan los neerlandeses. El mercado en crecimiento del calzado de diseño, representa una oportunidad para los exportadores si pueden competir con sus precios en el mercado. Sin embargo, existe un riesgo de volverse excesivamente dependiente de este sector del mercado.

Hay un aumento del uso de Internet para comprar calzado. Los consumidores lo usan principalmente para hacer comparaciones de precio, y esto hace que el mercado esté muy informado sobre los diferentes precios y productos.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

En cuanto al comportamiento de los consumidores, según un estudio realizado por HBD<sup>13</sup>, el 27% de las mujeres neerlandesas visitan una tienda de calzado al menos una vez al mes, frente a tan sólo el 10% de los hombres. Los jóvenes menores de 25 años visitan este tipo de tiendas a menudo. Gracias a los medios de comunicación se ha creado un mayor interés por el calzado de diseño, especialmente en el segmento medio-alto de la sociedad.

Al igual que en otros países europeos, la gente joven es la que más tiempo invierte en recorrer las tiendas en busca de las nuevas tendencias del mercado y muestran una gran influencia del mercado americano. Los consumidores de mayor edad, aunque solían ser consumidores leales, ahora invierten tiempo en estudiar la oferta entre las diferentes tiendas, aunque la proporción es menor que en el caso de los jóvenes, dada la menor disponibilidad de tiempo.

Según MITEX<sup>14</sup>, el comportamiento de los consumidores es cada vez más difícil de predecir y categorizar. Los consumidores se han vuelto más exigentes, están mejor informados, conocen las últimas tendencias y esperan una excelente relación calidad-precio. Son más críticos con las tiendas de calzado y requieren una oferta que incluya las últimas novedades y diseños.

También cabe destacar el éxito experimentado por la marca CROCS, que posee las oficinas centrales para su distribución en Europa en Países Bajos. Estas zapatillas han tenido un gran éxito desde su lanzamiento entre los consumidores neerlandeses y cuentan ya con varias tiendas dedicadas, en exclusiva, a la venta de zapatillas CROCS.

---

<sup>13</sup> Dutch target group monitor

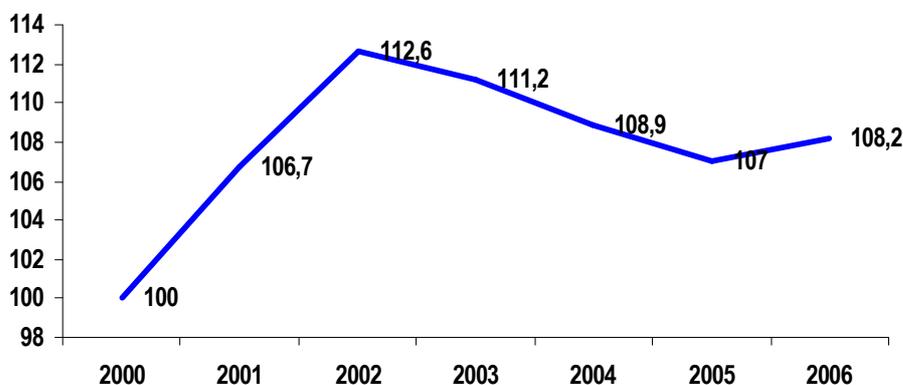
<sup>14</sup> Asociación de minoristas neerlandeses

## IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Entre el 2002 y el 2005, los precios del calzado descendieron de forma continuada, después del aumento conseguido entre el 2000 y el 2002. Sin embargo, en el 2006, el precio medio del calzado fue más alto que en 2005. No obstante, los precios aún continuaron siendo un 5% más baratos que en el 2002.

Los precios siguen un patrón estacional: dos veces al año se produce una fuerte bajada de los mismos, coincidiendo con la época de rebajas en la que la nueva colección reemplaza a la anterior. En el siguiente gráfico, podemos observar la evolución que han seguido los precios del calzado en los últimos años:

**Gráfico 4. Evolución de los precios del calzado (Asumiendo 2000=100)<sup>15</sup>**



Los precios en el mercado neerlandés son un 10% más alto de media que en la Unión Europea. Según MITEX, el precio medio del calzado es 55 euros para el infantil, 104 euros para el calzado masculino, y 73 euros para el calzado femenino.

Basándonos en las importaciones neerlandesas entre 2001 y 2005, existe una tendencia descendente en los precios de las importaciones (-24%). La causa de este descenso es el aumento de las importaciones de calzado barato, especialmente de grandes mayoristas asiáticos. En el 2001, el precio medio de un par de zapatos importado era de 21,40 euros; sin embargo en el 2005 ese precio había descendido a 16,20 euros<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Fuente: CBS, 5 de febrero de 2008

<sup>16</sup> Fuente: Eurostat, 2006

## V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

España es uno de los países líderes en calzado de diseño y alta calidad. La alta calidad de los materiales unido a una gran dosis de creatividad y diseño, han colocado al calzado español en un puesto importante en el mercado internacional. Dada la situación del mercado internacional y la alta competencia de las empresas asiáticas, las empresas españolas han apostado por una producción especializada, posicionando su calzado en una gama alta y media-alta de gran calidad.

Por áreas geográficas, la Comunidad Valenciana representa un 66% de la producción total. Le sigue Castilla la Mancha (12%), la Rioja (8%) y las Islas Baleares con un 5%. Las cifras básicas del sector son las siguientes:

**Tabla 11. Cifras del sector del calzado español en el 2006 (\*miles de euros)**

Cifras del sector	
Número de empresas	2.283
Producción*	2.048.400
Exportación*	1.718.267
%Exportación/Producción	84%

El significativo grado de apertura al exterior sigue siendo la nota predominante de un sector netamente exportador. Para 2006, el 84% de la producción ha tenido destino los mercados exteriores, frente al 68% en el año 2002.

Otro dato significativo del calzado español es el incremento del precio medio del par exportado. En 2006 éste ha alcanzado los 18 euros, mientras que en 2002 rozaba los 15,4 euros, lo que traduce una exportación de calzado de gama más alta.

Las exportaciones de España a Países Bajos representan un 2,34% del total de las exportaciones de calzado en términos de volumen, y un 3,46% en términos de valor, ocupa la novena posición en número de zapatos importados por Países Bajos, por delante de Austria, Irlanda o Dinamarca.

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

El calzado español tiene una buena acogida en el mercado neerlandés, sin embargo no existe todavía el concepto de marca “*made in Spain*”, el consumidor neerlandés aun no tiene una idea única del calzado español, sino que se conocen y consumen varias marcas, aunque en ocasiones incluso se desconoce que procede de España. Según la percepción del consumidor neerlandés, el calzado de calidad por excelencia, continúa siendo el italiano.

Entre los artículos con una mejor aceptación en el mercado, se encuentra el calzado que ofrece algún elemento diferenciador de la oferta neerlandesa, bien por la calidad o por el diseño. Por ejemplo, tiene especial éxito el calzado artesanal, hecho a mano o calzado con un diseño que evoca la cultura española.

Sin embargo, todas las empresas neerlandesas que trabajan con proveedores españoles, y que hemos consultado, coinciden en señalar problemas a la hora de cumplir los plazos de entrega. Esto plantea una gran desventaja, especialmente en el mercado neerlandés en el que es muy importante la planificación y la presentación de las colecciones a tiempo.



ICEX

## VI. DISTRIBUCIÓN

La distribución del calzado en Países Bajos, se lleva a cabo principalmente por comerciantes especializados, que son responsables de más de dos tercios del mercado del calzado neerlandés. Sin embargo, la variedad de canales se ha visto ampliada mucho en los últimos años, desde que un gran número de distribuidores no especializados han entrado en el mismo, beneficiándose de la guerra de precios.

El papel que desempeñan agentes e importadores continúa siendo importante. No obstante, su influencia ha disminuido con el aumento de la importancia de las principales cadenas de venta minorista. Estas cadenas suelen importar usando un agente o un agente de compra propio, experto en la búsqueda de nuevas tendencias y productos, sobre todo en mercados emergentes. En cambio, los grandes minoristas como supermercados, departamentos dentro de centros comerciales o cadenas de ropa, tenderán a importar directamente de fabricantes extranjeros.

Las dos tendencias principales en la venta de calzado minorista dentro del sector del calzado son:

- La reducción del número de especialistas del calzado en favor de los canales no especializados. El calzado comienza a venderse en una gran diversidad de puntos de venta, particularmente en departamentos de grandes almacenes (Bijenkorf, V&D), minoristas del calzado deportivo (Intersport, Sport 2000, Perry Sport, Aktie Sport y Coach), los supermercados e hipermercados (Ahold, Makro) y tiendas de ropa (Mexx, H&M, Zara, Esprit). Estos canales representaron un cuarto del mercado del calzado en Países Bajos en 2005. Este aumento viene motivado por los menores precios y la mayor facilidad de compra para los consumidores.
- Han aumentado las ventas del calzado de marca en cadenas minoristas, especializadas en artículos de moda. Estos minoristas especializados están dirigiendo su estrategia hacia la idea de marcas para intentar mantener su posición en el mercado.

En la siguiente tabla se puede observar la cuota de mercado que tiene cada minorista en Países Bajos:

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Tabla 12. Cuota de mercado por tipo de minorista<sup>17</sup>

PUNTOS DE VENTA	CUOTA DE MERCADO
Cadenas de distribución	30%
Grupos de compradores	29%
Tiendas independientes	10%
<b>ESPECIALISTAS DEL CALZADO</b>	<b>69%</b>
Departamentos de tiendas	5%
Supermercados/Hipermercados	3%
Minoristas del calzado deportivo	12%
Tiendas de ropa	5%
Tiendas de casa	2%
Otras	4%
<b>NO ESPECIALISTAS</b>	<b>31%</b>

Los principales grupos de compra son:

- “**Euroshoes**<sup>18</sup>” trabaja con 360 puntos de venta y posee unas ventas de 300 millones de euros
- “**Schoenenreus**” con 200 puntos de venta y unas ventas estimadas de 140 millones de euros
- “**Bristol**” con 125 tiendas y unas ventas estimadas de 40 millones de euros
- “**Van Woensel**” con 35 puntos de venta y una facturación estimada de 40 millones

El mercado neerlandés del calzado se encuentra extremadamente fragmentado, en términos de marcas individuales de calzado. Existen cientos de marcas en el mercado y prácticamente ninguna de ellas posee más de 1% de cuota de mercado. Las marcas con una cuota superior se encuentran normalmente asociadas a grandes cadenas de minoristas del calzado. En la siguiente tabla podemos observar la cuota de mercado de las diferentes empresas en el mercado neerlandés:

<sup>17</sup> Fuente: Euromonitor, HBD (2006)

<sup>18</sup> [www.euroshoes.nl](http://www.euroshoes.nl)

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

Tabla 2. Cuota de mercado por minorista<sup>19</sup>

	Cuota de mercado por minorista	
	2005	2006
Macintosh Retail Group NV	4,4%	4,3%
Schoenfabriek Wed JP van Bommel BV	1,3%	1,3%
ECCO Europe West BV	1,2%	1,1%
Timberland CO, The	1%	1%
Maxeda BV	0,9%	0,9%
Geox SpA	0,9%	0,9%
C&A Nederland BV	0,5%	0,5%
Otros	89,8%	90%
TOTAL	100%	100%

El principal minorista en el sector del calzado neerlandés, el “Macintosh Retail Group<sup>20</sup>”, grupo originario de Escocia que opera en más de 414 puntos de venta. Sus tiendas alcanzan los 205.400 m<sup>2</sup> en Países Bajos, incluyendo cadenas de ropa y calzado. ”. A pesar de que Macintosh perdió cuota de mercado en 2006, continúan dominando el mercado en términos de cuota. Una de las principales razones de la caída de Macintosh en el 2006 fue el aumento de la competencia por parte de minoristas especializados en artículos de alta calidad y los minoristas del calzado de descuento.

- “Dolcis” con 96 tiendas, vende calzado orientado a un segmento medio, principalmente familias
- “Manfield” con 63 tiendas, vende calzado de diseño y mayor calidad
- “Invito” con 39 tiendas, comercializa calzado de diseño destinado a un público más joven
- “Pro Sport” con 27 tiendas, especializada en el calzado deportivo
- “Scapino” con 189 tiendas, se ha convertido en la cadena líder en la venta de calzado de descuento

<sup>19</sup> Fuente: Euromonitor, Country sector briefing: Footwear- Netherlands, Septiembre de 2007

<sup>20</sup> [www.macintosh.nl](http://www.macintosh.nl)

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

En la siguiente tabla podemos observar otras cadenas de calzado importantes:

**Tabla 13. Minoristas en Países Bajos**

Minoristas	Tiendas
Salamander	39
Van Haren	110
Ziengs	70
Sacha	45
Cinderella	19
Tango	22
Nelsen	45
Taft Shoes	15
Schuurman	29
Geox	7

Otros minoristas, presentes en el mercado son: “Dr. Adams”, “Hessels”, “Shoe outlet”, “Van Dalen”, “Quick shoes” y “Timberland”.

La recomendación para las empresas que quieren introducirse en el mercado neerlandés es diferenciar según el segmento al que nos dirijamos:

- Para el segmento medio-bajo del calzado, tiendas de descuento, departamentos de tiendas e Internet serían los canales de distribución apropiados
- Para el segmento medio del calzado de diseño y calzado para niños, los minoristas especializados e Internet serían los canales recomendados
- Para el segmento alto de los calzados de diseño, las tiendas de moda, Internet, y la compra por correo serían los mejores canales para introducirse

Debido al aumento en la competencia en el sector, los márgenes han caído en los últimos años. En cada canal de comercialización existen diferentes márgenes y precios, dependiendo del segmento del mercado al que nos dirijamos.

**Tabla 14. Márgenes aplicables en el sector del calzado neerlandés<sup>21</sup>**

	Bajos	Altos
Importadores/mayoristas	30%	40%
Agentes	10%	15%
Minoristas	55%	75%

<sup>21</sup> Fuente: CBI

## VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

El mercado del calzado neerlandés se rige por los patrones de calidad de la Unión Europea; en el campo de la calidad y estándares de calidad para el calzado sigue las normas marcadas por el Comité europeo de estandarización (CEN) y por la organización internacional para la estandarización. Las principales normas de estandarización en el sector del calzado son:

Normas CEN	Normas ISO
<b>CEN/TC 161</b> "Protección de pies y piernas"	<b>TC 94</b> "Seguridad personal, ropas y equipos de protección"
<b>CEN/TC 193</b> "Adhesivos"	<b>TC 45</b> "Elastómetros y productos de elastómetros"
<b>CEN/TC 200</b> "Seguridad en maquinarias para tenerías"	<b>TC 120</b> "Curtidos"
<b>CEN/TC 201</b> "Seguridad en máquinas para la fabricación de cuero y de calzado de seguridad"	<b>TC 137</b> "Sistemas de designación y marcado de tallas para calzado"
<b>CEN/TC 289</b> "Cuero"	<b>TC 216</b> "Calzado"
<b>CEN/TC 309</b> "Calzado"	

En Países Bajos, el *Stichting Nederlands Normalisatie Instituut* (NEN)<sup>22</sup> es el encargado de fijar los estándares nacionales de normalización para cada producto.

---

<sup>22</sup> [www.nen.nl](http://www.nen.nl)

# VIII. ANEXOS

## 1. FERIAS

- **ISN Internacional Shoe Fair Netherlands:** Feria internacional del calzado en Países Bajos

**Lugar de celebración:** Schoenencentrum Nieuwegein

**Frecuencia:** Bianaual (marzo y septiembre)

**Organización:** Schoenencentrum

**Teléfono:** 0031-(0)-306037233

**Fax:** 0031-(0)-306035607

**E-mail:** [info@schoenencentrum.nl](mailto:info@schoenencentrum.nl)

**Web:** [www.schoenencentrum.nl](http://www.schoenencentrum.nl)

## 2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

- **Schoenvisie:** Revista sobre la industria y la moda del calzado en Países Bajos

**Editor:** VNU Media B.V.

**Director:** Sra. C. Smit

**Tirada:** 2.835

**Periodicidad:** 11 ejemplares al año

**Idioma:** neerlandés

**Web:** [www.schoenvisie.nl](http://www.schoenvisie.nl)

- **Tred:** Revista sobre el comercio y la industria del calzado en Países Bajos

**Editor:** Blauw Media Uitgeverij BV

**Director:** E.M. de Wit

**Tirada:** 2.654

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

**Teléfono:** 0031-(0)-346574040

**Fax:** 0031-(0)-346576056

**Idioma:** Neerlandés

**E-mail:** [tred@blauwmedia.demon.nl](mailto:tred@blauwmedia.demon.nl)

- **Schooz:** Revista dedicada al sector del calzado y los accesorios

**Editor:** Yellow house publishers

**Director:** L.van Klaveren

**Tirada:** 40.000

**Idioma:** Neerlandés

**E-mail:** [info@schooz.nl](mailto:info@schooz.nl)

- **Vaknieuws:** Revista dedicada al sector del calzado y los artículos de piel

**Editor:** A.S.W.S

**Director:** R.Waldhober

**Tirada:** 2.500

**Periodicidad:** 4 al año

**Idioma:** Neerlandés

**Web:** [www.asws.nl](http://www.asws.nl)

**E-mail:** [info@asws.nl](mailto:info@asws.nl)

### 3. ASOCIACIONES

- **Federatie van Nederlandse Schoenfabrikanten (FNS):** Asociación nacional de fabricantes holandeses de calzado.

**Teléfono:** (0031) 013-5944263

**E-mail:** [fns@wispa.nl](mailto:fns@wispa.nl) , [info@schoenfederatie.nl](mailto:info@schoenfederatie.nl)

**Web:** <http://www.shoeplaza.nl/sites/fns/>

- **Vereniging van Groothandelaren, Importeurs, Exporteurs en Agenten in Schoeisel- (VIMAGRO):** Asociación neerlandesa de mayoristas, importadores, exportadores y agentes del calzado.

**Dirección:** De Lairessestraat 131-135, 1075 HJ, Ámsterdam, Países Bajos

**Teléfono:** 0031-(0)-203057732

**Fax:** 0031-(0)-6710974

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

**Web:** [www.vnt.org](http://www.vnt.org)

**E-mail:** [info@vnt.org](mailto:info@vnt.org)

- **Mitex-Schoenen**

**Dirección:** Dribergsestraatweg 9, 3941 ZS, Doorn, Países Bajos

**Teléfono:** 0031-(0)-343473270

**Fax:** 0031-(0)-343473271

**Web:** [www.mitex.nl](http://www.mitex.nl)

**E-mail:** [mitex@mitex.nl](mailto:mitex@mitex.nl)

- **HBD (Hoofbedrijfschap detailhandel):** Organización para la venta al detalle

**Dirección:** Apartado de correos 90703, 2509 LS, La Haya, Países Bajos

**Teléfono:** 0031-(0)-703385600

**Fax:** 0031-(0)-703385711

**E-mail:** [info@hbd.nl](mailto:info@hbd.nl)

**Web:** [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl)

- **Asociación europea de industrias del calzado**

**Dirección:** Rue François Bossaerts, 53, 1030 Bruselas, Bélgica

**Teléfono:** 0032 2 736 58 10

**Fax:** 0032 2 736 58 10

**Web:** <http://www.cecshoe.be/>

## 4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- **Stichting Milieukeur (SMK):**

**Dirección:** Eisenhowerlaan 150, 2502 CD, La Haya, Países Bajos

**Teléfono:** 0031-(0)-703586300

**Fax:** 0031-(0)-703502517

**E-mail:** [milieukeur@milieukeur.nl](mailto:milieukeur@milieukeur.nl)

**Web:** [www.milieukeur.nl](http://www.milieukeur.nl)

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

- **Keurmerkinstituut:** Instituto neerlandés de certificaciones

**Dirección:** Apartado de correos 45, 2700 AA, Zoetermeer, Países Bajos

**Teléfono:** 0031-(0)-793637000

**Fax:** 0031-(0)-793637001

**E-mail:** [post@keurmerk.nl](mailto:post@keurmerk.nl)

**Web:** [www.keurmerk.nl](http://www.keurmerk.nl)

- **Nederlands Normalisatie Instituut (NEN):** Instituto neerlandés sobre normas de estandarización

**Dirección:** Apartado de correos 5059, 2600 GB, Delf, Países Bajos

**Teléfono:** 0031-(0)-152690882

**Fax:** 0031-(0)-152690190

**E-mail:** [info@nen.nl](mailto:info@nen.nl)

**Web:** [www.nen.nl](http://www.nen.nl)

ICEX

### Apéndice I. Codificación TARIC

**64. CALZADO; POLAINAS; BOTINES Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS.**

**64.01 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, TORNILLO, ESPIGAS O DISPOSITIVOS SIMILARES, NI SE HAYA FORMADO CON DIFERENTES PARTES UNIDAS DE LA MISMA MANERA:**

- 6401.10** - Calzado con puntera metálica de protección.
- 6401.91** - Otro calzado que cubra la rodilla
- 6401.92** - Otro calzado que cubra el tobillo sin cubrir la rodilla
- 6401.99** - Los demás

**64.02. LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O DE PLÁSTICO:**

- 6402.12** - Calzado de esquí y calzado para la práctica de "snowboard" (tabla para nieve)
- 6402.19** - Otro calzado de deporte
- 6402.20** - Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas)
- 6402.91** - Los demás calzados que cubran el tobillo
- 6402.99** - Los demás calzados que no cubran el tobillo

**6403. CALZADO CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO, CUERO NATURAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL**

- 6403.12** - Calzado de esquí y calzado para la práctica de "snowboard" (tabla para nieve).
- 6403.19** - Los demás.
- 6403.20** - Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo pulgar.
- 6403.30** - Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas si puntera metálica de protección.
- 6403.40** - Los demás calzados con puntera metálica de protección.
- 6403.51** - Que cubran el tobillo
- 6403.59** - Que no cubran el tobillo
- 6403.91** - Que cubran el tobillo
- 6403.99** - Los demás

## EL MERCADO DEL CALZADO EN PAÍSES BAJOS

---

### **640.4. CALZADO CON PISO DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE MATERIAS TEXTILES:**

- 6404.11** - Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entretenimiento y calzados similares.
- 6404.19** - Otros calzados: pantuflas, alpargatas, etc.
- 6404.20** - Calzado con suela de cuero natural o regenerado.

### **6405. LOS DEMÁS CALZADOS**

- 6405.10** - Con la parte superior de cuero natural o regenerado
- 6405.20** - Con la parte superior de materias textiles
- 6405.90** - Los demás

### **64.06. PARTES DE CALZADO, INCLUIDAS LAS PARTES SUPERIORES FIJADAS A LA PALMILLAS DISTINTAS DE LA SUELA; PLANTILLAS, TALONERAS Y ARTÍCULOS SIMILARES AMOVIBLES; POLAINAS Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y SUS PARTES.**

- 6406.10** - Partes superiores de calzado y sus partes (excepto los contrafuertes y punteras duras)
- 6406.20** - Pisos y tacones, de caucho o de plástico
- 6406.91** - Otras partes del calzado de madera
- 64.06.99** - Otras partes del calzado y las demás materias

Fuente: Taric, Estacom, consejo superior de cámaras y comercio, consultado 17 de diciembre de 2007