



El mercado del calzado en Suiza



Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

16 de noviembre de 2018
Berna

Este estudio ha sido realizado por
María Rubio Espinal

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



Rasgos principales del mercado suizo

- Suiza, con un mercado aparentemente pequeño, es un país muy desarrollado, con un elevado nivel de renta per cápita y, por lo tanto, con gran poder adquisitivo y de consumo. La mayoría de los sectores están “saturados” de oferta.
- La población de 8,4 millones de habitantes (24% extranjeros) se concentra en zonas urbanas. Salvo Zúrich, con 1,3 millones de habitantes en el área metropolitana, no existen grandes ciudades.
- Hay que distinguir tres suizas diferentes: la alemana (70% de la población en ciudades como Zúrich, Berna y Basilea), la francesa (25% en Ginebra y Lausana, Neuchâtel, Friburgo) y la italiana (5% en Lugano). Entre ellas hay notorias diferencias económicas y culturales.
- Los precios medios de venta son elevados. Según los últimos datos publicados por Eurostat, Suiza es el país con los precios más altos de Europa; un 73% más de la media europea en 2017.
- En el 2017, 57% de las familias suizas realizaron sus compras en el extranjero, principalmente en los países limítrofes (Alemania, Francia et Italia). La creciente importancia de las compras en países limítrofes se debe a los altos precios en Suiza en relación con la oferta en países de su entorno. Es el fenómeno denominado “turismo de compras”.
- El consumidor suizo es un smart shopper, esto es, busca tanto ventajas en el precio como calidad y tiene un perfil LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), por lo que los criterios de vida sana y sostenible tienen un peso muy importante en sus decisiones de compra.
- En general, el primer criterio de compra, para el consumidor suizo es el “swissness” (producido en Suiza).
- El consumidor suizo es, a menudo, imprevisible en sus comportamientos de compra y no considera un problema el comprar en una tienda de lujo y frecuentar a la vez almacenes de descuento.



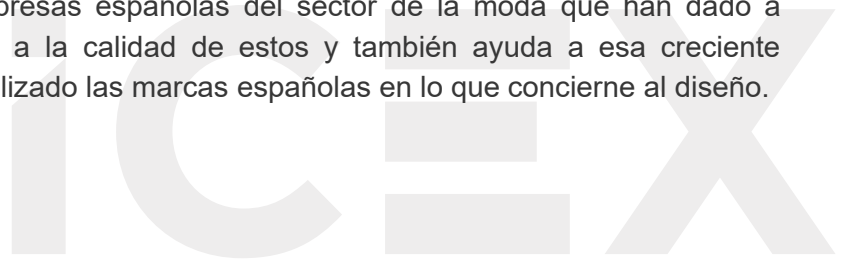
- Los compradores cuya edad se sitúa entre los 25 y 50 años pueden considerarse el grupo más importantes de compradores en Suiza, puesto que son los que más dinero tienen para gastar.
- Los adolescentes entre 12 y 18 años siguen la moda, y prestan cada vez más atención a la marca, por lo que también pueden considerarse un grupo importante de consumidores.

Rasgos principales del mercado de calzado

- El mercado suizo del calzado es muy competitivo y desarrollado, especialmente en la distribución, en él están presentes numerosas compañías internacionales.
- Según la Unión suiza del comercio del calzado, la economía suiza del sector representa unos 2.300 millones de FS.
- La producción suiza de calzado ha disminuido drásticamente a lo largo de los años. Debido a los altos costes de producción de Suiza, los fabricantes de calzado han ido deslocalizando la producción a países con costes laborales menores.
- En la actualidad existen menos de 10 fabricantes de calzado en el país.
- Debido a la escasa producción nacional, Suiza es un país altamente importador de calzado.
- En 2017, cada habitante suizo gastó de media 236 FS mensuales en ropa y calzado.
- El país ocupa una de las primeras posiciones del mundo en la compra de zapatos, con un consumo anual de unos 43 millones de pares y una media de 6 a 7 pares/habitante.
- En 2017, las importaciones suizas de calzado del conjunto de las partidas 6401 a 6405 se situaron en 1.738 millones de euros.
- China y Vietnam son los principales proveedores de Suiza para el calzado de bajo precio. Los principales socios comerciales en lo que concierne el calzado de cuero son Italia, Alemania y China.
- Estamos ante un sector muy atomizado, lo que genera una fuerte competencia en los precios y una penalización de los márgenes de las empresas.
- La rentabilidad del sector se ha visto afectada por la contracción del volumen de negocios y la fuerte competencia de los productos importados de bajo precio.
- Se observa una progresiva disminución de los puntos de venta, así como de cuota de mercado de las cadenas y minoristas independientes, en favor de los actores del comercio electrónico.



- El canal *online* está en constante crecimiento: La estrategia digital aumenta de forma exponencial por parte de los actores tradicionales del sector.
- Las ventas de calzado suponen el 5% de las ventas totales por Internet.
- Se prevé que la parte en línea, del total del comercio minorista, aumentará significativamente en los próximos años.
- Según un reciente estudio, casi todos los internautas suizos (97%) realizan pedidos en tiendas *online* al menos una vez al año y cuatro de cada cinco consumidores (79%) compran principalmente ropa, accesorios y zapatos.
- No existen ferias monográficas de calzado, los compradores del sector suelen acudir a ferias de los países del entorno, principalmente de Italia y Alemania.
- Los productos españoles tienen una creciente aceptación en este mercado debido, en gran medida al establecimiento de empresas españolas del sector de la moda que han dado a conocer sus productos, así como a la calidad de estos y también ayuda a esa creciente aceptación el esfuerzo que han realizado las marcas españolas en lo que concierne al diseño.



ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

