

**WORLD
FOOTWEAR**

**BUSINESS
CONDITIONS
SURVEY**

2020

1ST SEMESTER

ISSUE 2



WORLD FOOTWEAR

by Portuguese Shoes

Derechos de autor

APICCAPS • ABRIL 2020

Quiénes somos

World Footwear es una iniciativa de APICCAPS, la Asociación Portuguesa de Fabricantes de Calzado, Componentes y Artículos de Cuero, e incluye dos canales de comunicación: una edición anual del Anuario Mundial de Calzado y una plataforma electrónica con noticias actualizadas de la industria (www.worldfootwear.com).

La primera edición del Anuario Mundial del Calzado, un informe exhaustivo que analiza las principales tendencias dentro del sector del calzado en todo el mundo, se lanzó en septiembre de 2011, con nuevas ediciones actualizadas que se publican anualmente. Cada informe se publica con los datos más actualizados hasta el año anterior y analiza la posición de los países relevantes de la industria del calzado en términos de diferentes variables (Producción, Exportaciones, Importaciones y Consumo) y evalúa el posicionamiento estratégico de los diferentes actores del sector. El sitio web de World Footwear difunde diariamente todas las noticias relevantes sobre la industria mundial del calzado.

Coordinación de informes

Oficina de Estudios APICCAPS

Joana Vaz Teixeira

Este informe fue preparado por el Centro de Investigación en Gestión y Economía Aplicada (CEGEA) de la Escuela de Negocios Católica Porto para APICCAPS.

Descargo de responsabilidad

Aunque se ha tenido el debido cuidado en la preparación de este informe, APICCAPS no puede garantizar la precisión o integridad del informe y no se hace responsable de ningún error o de las opiniones expresadas en este documento.

Sobre la encuesta

En 2019, World Footwear creó el panel de expertos de World Footwear y ahora realiza una Encuesta de condiciones comerciales cada semestre.

El objetivo de la Encuesta del Panel Mundial de Expertos en Calzado es recopilar información sobre las condiciones comerciales actuales dentro de los mercados mundiales de calzado y luego redistribuir dicha información de manera que proporcione una descripción precisa de la situación de la industria global del calzado.

La segunda edición de esta encuesta en línea se realizó durante el mes de marzo de 2020. Hemos obtenido 129 respuestas válidas, el 41% de Europa, el 31% de Asia, el 16% de América del Norte y el resto de otros continentes. Casi el 40% de los encuestados están involucrados en la fabricación de calzado (fabricantes), el 17% en el comercio y distribución de calzado (comerciantes) y el 43% en otras actividades relacionadas con el calzado, tales como asociaciones comerciales, consultoría, periodismo, etc. (otros).

RESUMEN EJECUTIVO

Desde la edición anterior de este boletín, en enero, la epidemia de Covid-19 ha afectado fuertemente la economía mundial y el negocio del calzado. Esto es evidente en nuestra encuesta.

La mayoría de los miembros de nuestro panel creen que en los próximos seis meses la cantidad de calzado vendido disminuirá y los precios disminuirán. Las perspectivas son negativas en todas partes, pero particularmente en Europa, donde 9 de cada 10 encuestados esperan que disminuya la cantidad de calzado vendido. La debilidad de la demanda tanto en el mercado nacional como en el internacional es ahora la principal preocupación de nuestros expertos, empujando a la competencia en los mercados internacionales a la séptima posición en la lista de las dificultades comerciales del calzado que anteriormente lideraba. Casi la mitad de los entrevistados también mencionan dificultades financieras.

Cuando se les preguntó específicamente sobre el impacto de la epidemia en el consumo, en comparación con un escenario sin epidemia, los miembros de nuestro panel, en promedio, pronostican una reducción del 22.5%, con alguna variación regional. Si estos pronósticos resultan precisos, el consumo de calzado este año caerá en 696 millones de pares en América del Norte, 908 millones en Europa y 2.400 millones en Asia.

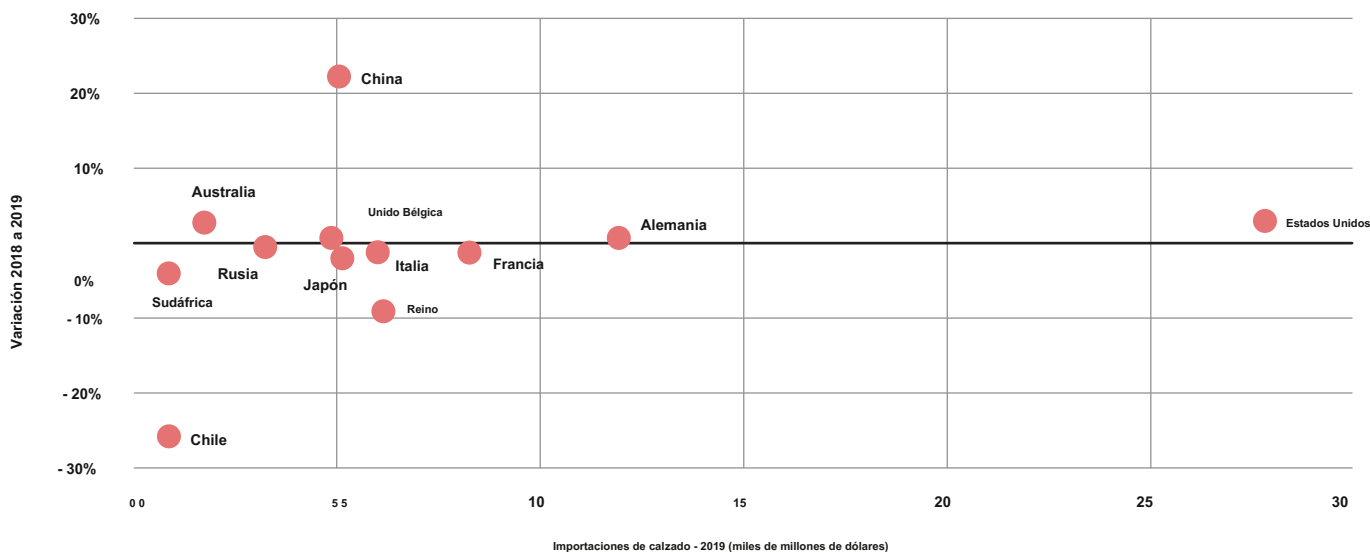
La mayoría de los encuestados también creen que la epidemia tendrá consecuencias duraderas para la ubicación de la producción de calzado, ya que las empresas diversificarán su abastecimiento entre varios países, para reducir el riesgo o acercar la producción a los mercados de consumo.

CONTEXTO EMPRESARIAL

A medida que estén disponibles, las estadísticas para el comercio de calzado en 2019 muestran una imagen mixta. Las importaciones al mercado estadounidense, el más grande del mundo, crecieron en 2,4% respecto al año anterior, al igual que las importaciones a Australia. En Asia, las importaciones crecieron más del 20% a China pero cayeron un 2% a Japón, ambos países ahora superan ligeramente los 5 mil millones de dólares. El mercado sudafricano y, especialmente, el chileno registraron tasas de crecimiento significativamente negativas. En la mayoría de los países europeos, hubo pocos cambios (tasas de crecimiento entre -1.5% y + 0,5%), pero las importaciones al Reino Unido cayeron casi un 10%.

IMPORTACIONES DE CALZADO

2019 VS 2018



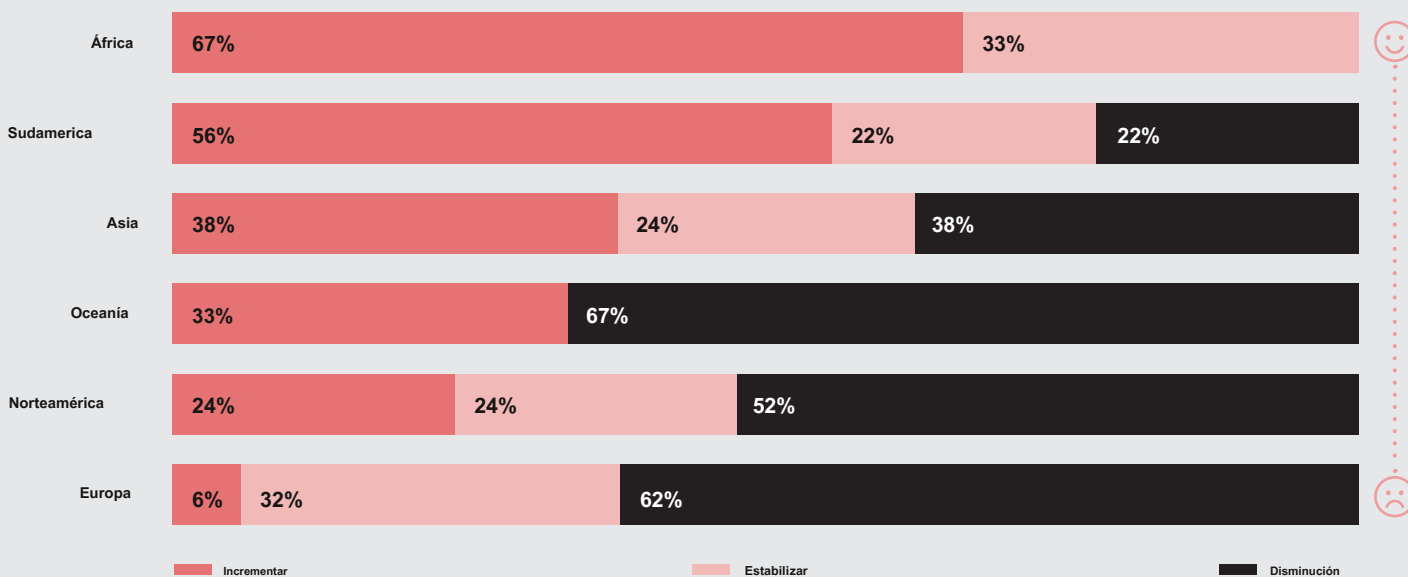
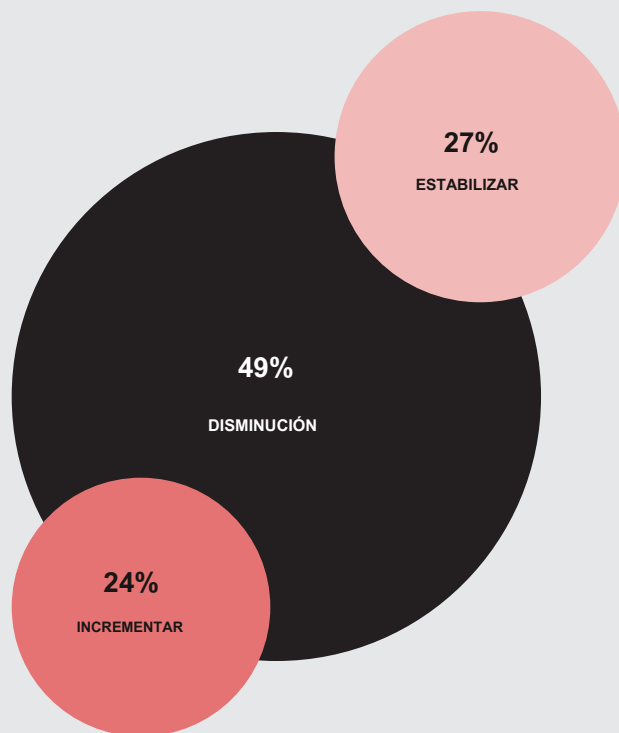
Fuente: Mapa comercial

En enero, el Fondo Monetario Internacional estimaba el crecimiento de la economía mundial en 2019 en 2.9% y proyectaba que aumentaría a 3,3% en el año en curso, lo que habría sido una buena noticia. Desde entonces, sin embargo, la epidemia de Covid-19 ha llevado a una fuerte degradación de las perspectivas económicas. En esta edición de la Encuesta de condiciones comerciales tenemos una primera visión de cómo la epidemia está afectando el negocio del calzado.

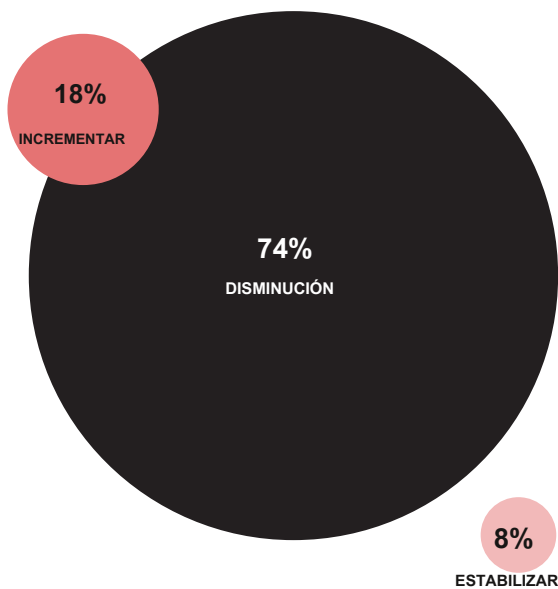
PRECIOS

Las perspectivas de los miembros de nuestro panel para la evolución de los precios del calzado en sus países durante los próximos seis meses se han deteriorado notablemente desde la edición anterior de este boletín, publicada en enero. Mientras que antes la mayoría de los encuestados esperaban que los precios se estabilizaran, y más esperaban que aumentaran en lugar de disminuir, ahora casi la mitad predice que los precios caerán. Este sentimiento negativo es independiente de la línea de negocio del encuestado, pero un poco más pronunciado entre los comerciantes (saldo de respuestas positivas a negativas de -36 puntos porcentuales - pp) que los fabricantes (-28 pp).

Las perspectivas son particularmente sombrías en Europa (-57 pp) pero también muy negativo en Norteamérica (-29 pp) y Oceanía (-33 pp). África y América del Sur, por el contrario, siguen siendo optimistas, y la mayoría de los encuestados prevén aumentos de precios. Asia muestra una situación intermedia, con el mismo número de encuestados que predicen aumentos y disminuciones de precios.

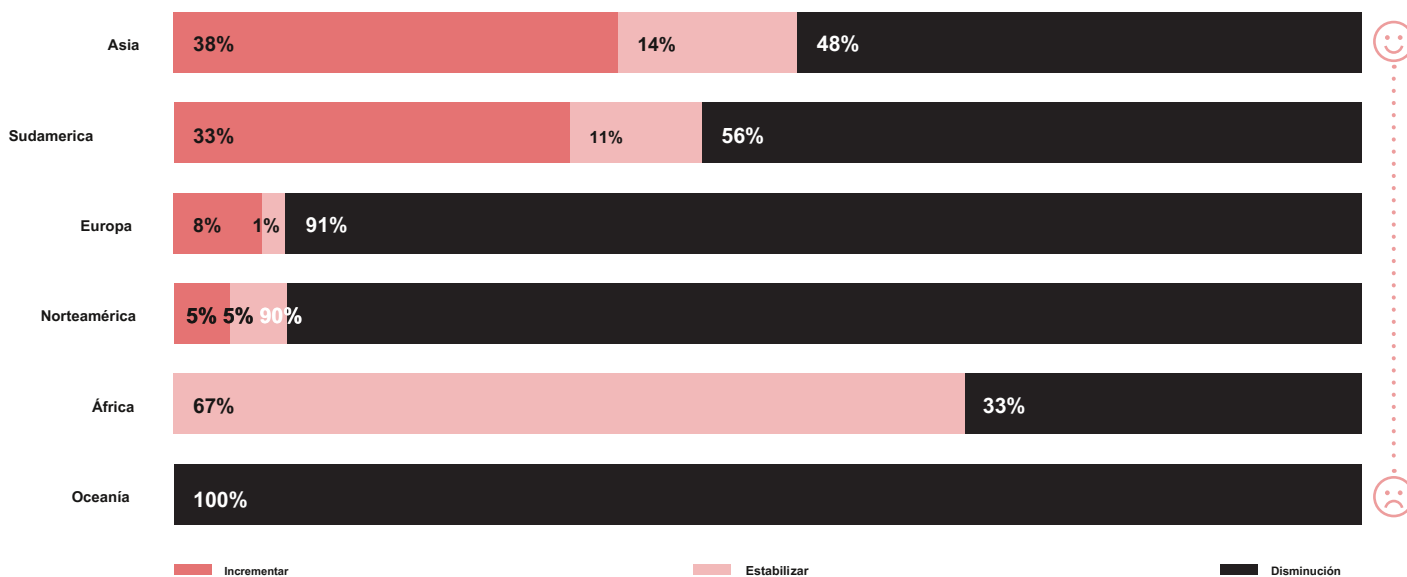


CANTIDAD



Las perspectivas para la evolución de la cantidad vendida son aún más sombrías: casi tres de cada cuatro encuestados esperan que disminuya, mientras que menos de uno de cada cinco cuenta con un aumento. Entre los comerciantes hay casi unanimidad (91%) de que la cantidad disminuirá, pero el 70% de los fabricantes también apuntan en la misma dirección. El predominio de pronósticos negativos es común en organizaciones de todos los tamaños.

Los pocos rastros de optimismo provienen casi exclusivamente de Asia y América del Sur: en estos dos continentes, aproximadamente un tercio de los encuestados cree que la cantidad vendida aumentará en los próximos seis meses, incluso si la mayoría tiene la opinión contraria. En Europa y América del Norte, alrededor del 90% de los entrevistados prevé que la cantidad disminuirá, una opinión unánime en Oceanía. África se desvía de este consenso negativo, con dos tercios de las respuestas que sugieren que la cantidad vendida se mantendrá estable.



DIFICULTADES

La degradación de las condiciones económicas en todo el mundo junto con las restricciones al funcionamiento normal de las empresas y al movimiento de personas impuesto en muchos países en respuesta a la epidemia de Covid-19 explican el repentino aumento de la "demanda insuficiente", tanto en los mercados internacionales como en los mercados internacionales. en casa, a la cima de las dificultades que enfrenta el negocio del calzado: más de la mitad de los miembros de nuestro panel mencionan estos problemas. También hubo un fuerte aumento en las referencias a "dificultades financieras", del 22% en la edición anterior de esta encuesta al 45% ahora. Moviéndose en la dirección opuesta, la "competencia en los mercados internacionales" cayó del primer lugar, con el 39% de las referencias, en diciembre de 2019, a la séptima posición ahora, con solo el 11%. Todos los demás factores identificados en la tabla a continuación también cedieron ante la crisis de la demanda.



Insuficiente demanda en los mercados internacionales.	56%
Insuficiente demanda en el mercado interno	53%
Dificultades financieras	45%
Costo de mercadería o materias primas.	25%
Problemas de recursos humanos (falta de disponibilidad, falta de capacitación adecuada, etc.)	dieciséis%
Competencia en el mercado local.	13%
Competencia en mercados internacionales.	11%
Impuestos	6%
Obstáculos legales o administrativos al comercio internacional.	5%
Clima	5%
Requisitos reglamentarios o administrativos.	3%
Falta de equipamiento adecuado u otros problemas tecnológicos.	2%
Otros	26%

Nota: Las cifras no suman el 100% porque los encuestados podrían seleccionar hasta 3 opciones.

TIPOS DE CALZADO

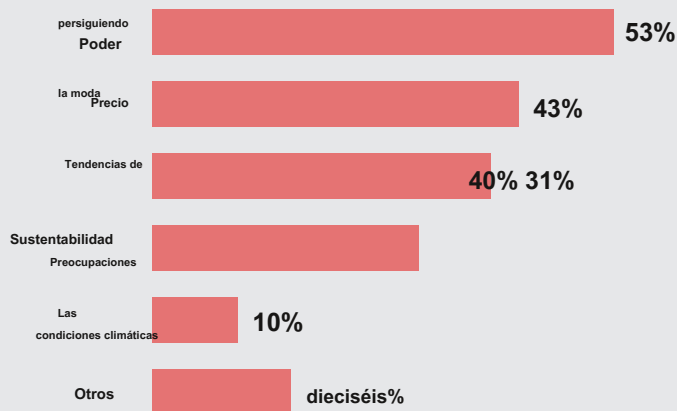
La emergencia de salud no ha cambiado fundamentalmente las perspectivas de los miembros de nuestro panel para la evolución de la participación de diferentes tipos de calzado en las ventas totales de calzado en los próximos tres años. Las perspectivas para el calzado clásico de cuero, en particular el calzado para hombres, siguen siendo sombrías: casi la mitad de los entrevistados cree que su cuota de mercado va a disminuir. Las perspectivas son más uniformes para el calzado de plástico o caucho, con un número aproximadamente equilibrado de encuestados que los ven ganando y perdiendo cuota de mercado.

Nuestro panel continúa creyendo que las zapatillas de deporte y otros calzados relacionados con el deporte ganarán participación de mercado en el futuro cercano. Sin embargo, el equilibrio de las respuestas extremas para estas dos categorías de calzado disminuyó considerablemente en comparación con la edición anterior del boletín: es demasiado pronto para saber si esto corresponde a alguna disminución de la tendencia al alza que han estado mostrando durante algunos años o simplemente una fluctuación a corto plazo.

	DISMINUCIÓN	ESTABILIZAR	AUMENTAR EL SALDO DE EXTREMOS PP		
Zapatillas de deporte (para uso diario)	17%	24%	59%	42%	 
Otro calzado deportivo	20%	34%	46%	26%	
Calzado impermeable	26%	50%	24%	- 2%	
Otro calzado de plástico o caucho	35%	32%	33%	- 2%	
Calzado clásico de piel para mujer	43%	31%	26%	- 17%	
Calzado de cuero clásico para hombres	46%	39%	15%	- 31%	

POSIBLES EXPLICACIONES

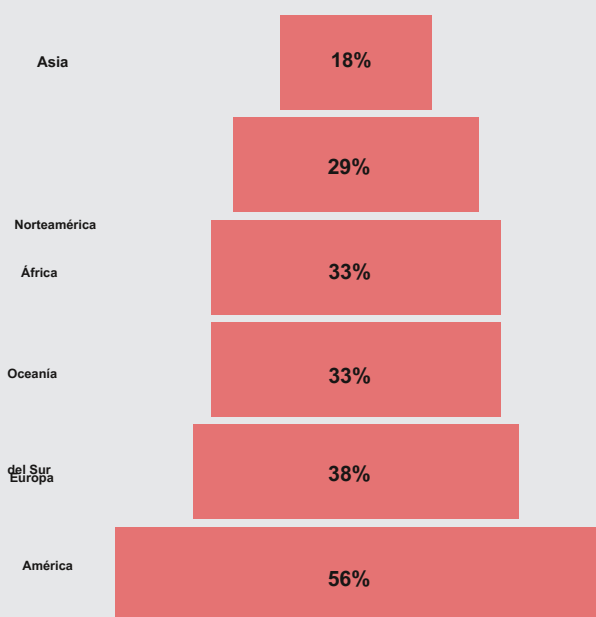
Cuando se les preguntó qué factores impulsan las tendencias que pronostican para las ventas de cada tipo de calzado, nuestros expertos colocan el poder adquisitivo de los consumidores en primer lugar: en América del Sur, especialmente, hay casi unanimidad sobre la importancia de este factor. El precio ocupa el segundo lugar y es mencionado con mayor frecuencia por los encuestados de Asia y África. Le siguen de cerca las tendencias de la moda: estas obtienen más respuestas de los comerciantes que de los fabricantes. Alrededor de un tercio de los entrevistados cree que las preocupaciones de sostenibilidad explican la evolución de las ventas de los diferentes tipos de calzado: esto se menciona más comúnmente en América del Sur, seguido de Europa.



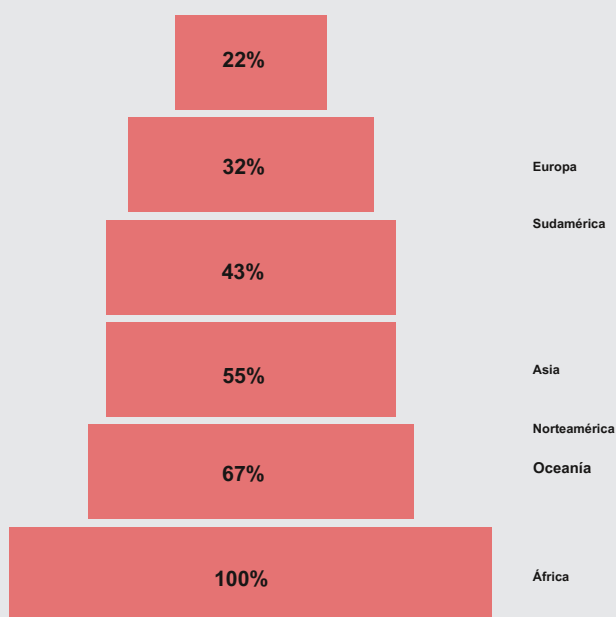
Nota: Las cifras no suman el 100% ya que los encuestados podrían seleccionar hasta 2 opciones.

SUSTENTABILIDAD

PREOCUPACIONES



PRECIO



CANALES AL POR MENOR

Nuestro panel continúa pronosticando que en los próximos tres años los canales minoristas digitales ganarán participación de mercado en las tiendas físicas: cerca de dos de cada tres paneles

los miembros creen que las tiendas en línea aumentarán su participación en el mercado durante ese período, mientras que casi la mitad espera que las tiendas físicas la pierdan.

	DISMINUCIÓN	ESTABILIZAR	AUMENTAR EL SALDO DE EXTREMOS PP	
Tiendas minoristas en línea de marca propia	11%	22%	67%	56%
Vendedores en línea generales	11%	25%	64%	53%
Tiendas de moda o calzado en línea multimarca	dieciséis%	23%	61%	45%
Otros canales	29%	51%	20%	- 9%
Tiendas físicas minoristas de marca propia	47%	28%	25%	- 22%
Venta minorista a gran escala	47%	31%	22%	- 25%
Tiendas minoristas de calzado multimarca	47%	31%	22%	- 25%



Estas perspectivas muestran una considerable variación regional. Los encuestados europeos son mucho más pesimistas sobre las tiendas minoristas de calzado multimarca que los entrevistados en otros continentes. El saldo de las respuestas "aumentar" a "disminuir" es -56 puntos porcentuales en Europa, pero solo -5 pp en América del Norte, mientras que en Asia es realmente positivo (+10 pp).

En los próximos 3 años, ¿cómo evolucionará la cuota de mercado de las tiendas minoristas de calzado multimarca?

ASIA



NORTEAMÉRICA



EUROPA



■ Incrementar
 ■ Estabilizar
 ■ Disminución

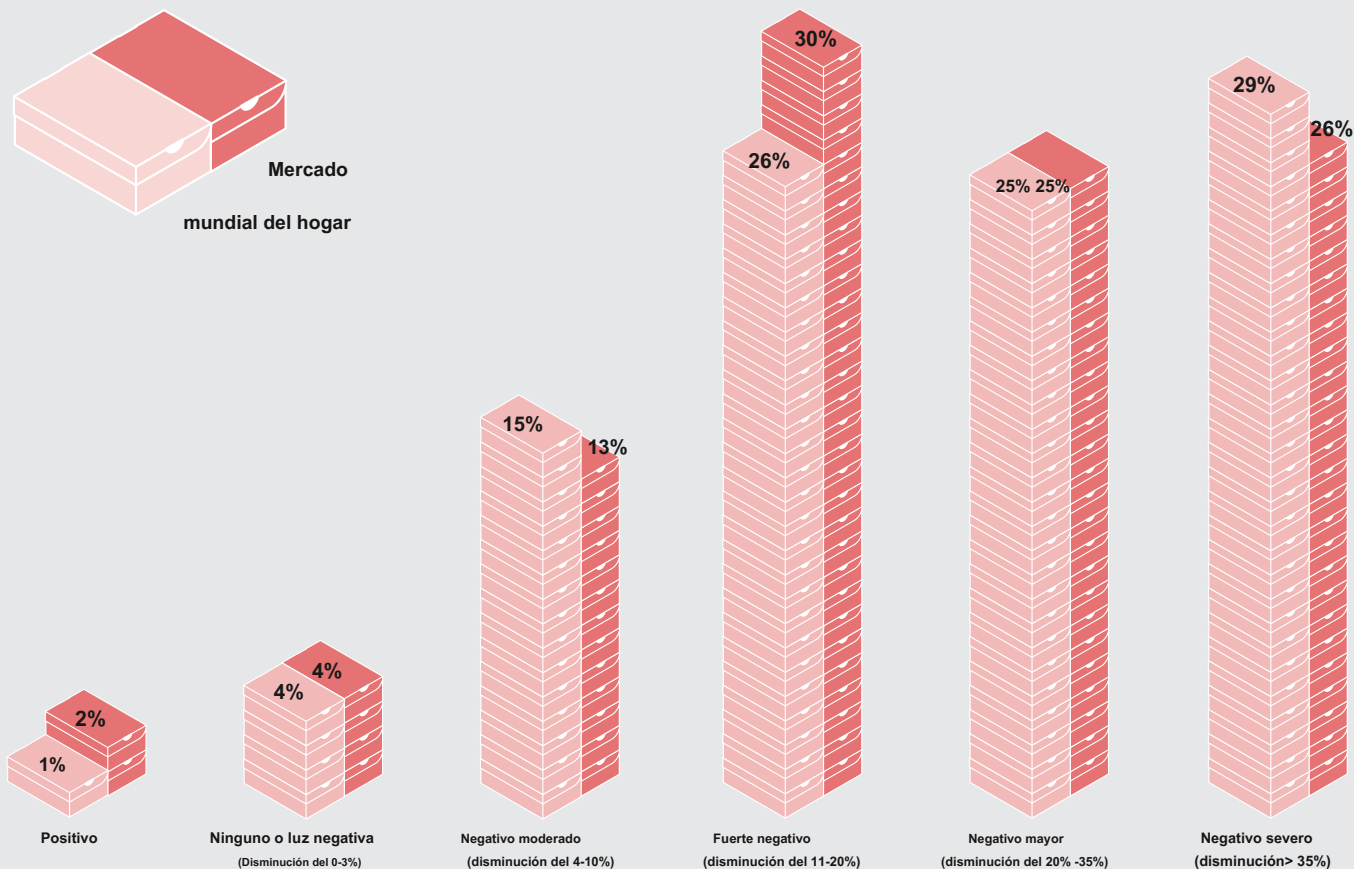


IMPACTO DE COVID-19

Las consecuencias de la epidemia de Covid-19 fueron inevitablemente el tema especial de esta edición de la Encuesta mundial de condiciones comerciales del calzado.

Interrogamos a los miembros de nuestro panel de expertos sobre el probable impacto de la epidemia en el consumo de calzado en 2020, en comparación con un escenario sin epidemia, tanto en su mercado nacional como en todo el mundo. Las respuestas son bastante preocupantes: la mayoría de los entrevistados cree que el consumo caerá, al menos, un 20%; uno de cada cuatro cree que se hundirá en más del 35% en todo el mundo. El pesimismo es común a todas las categorías de miembros del panel, tanto en términos de línea de negocio como de país de origen.

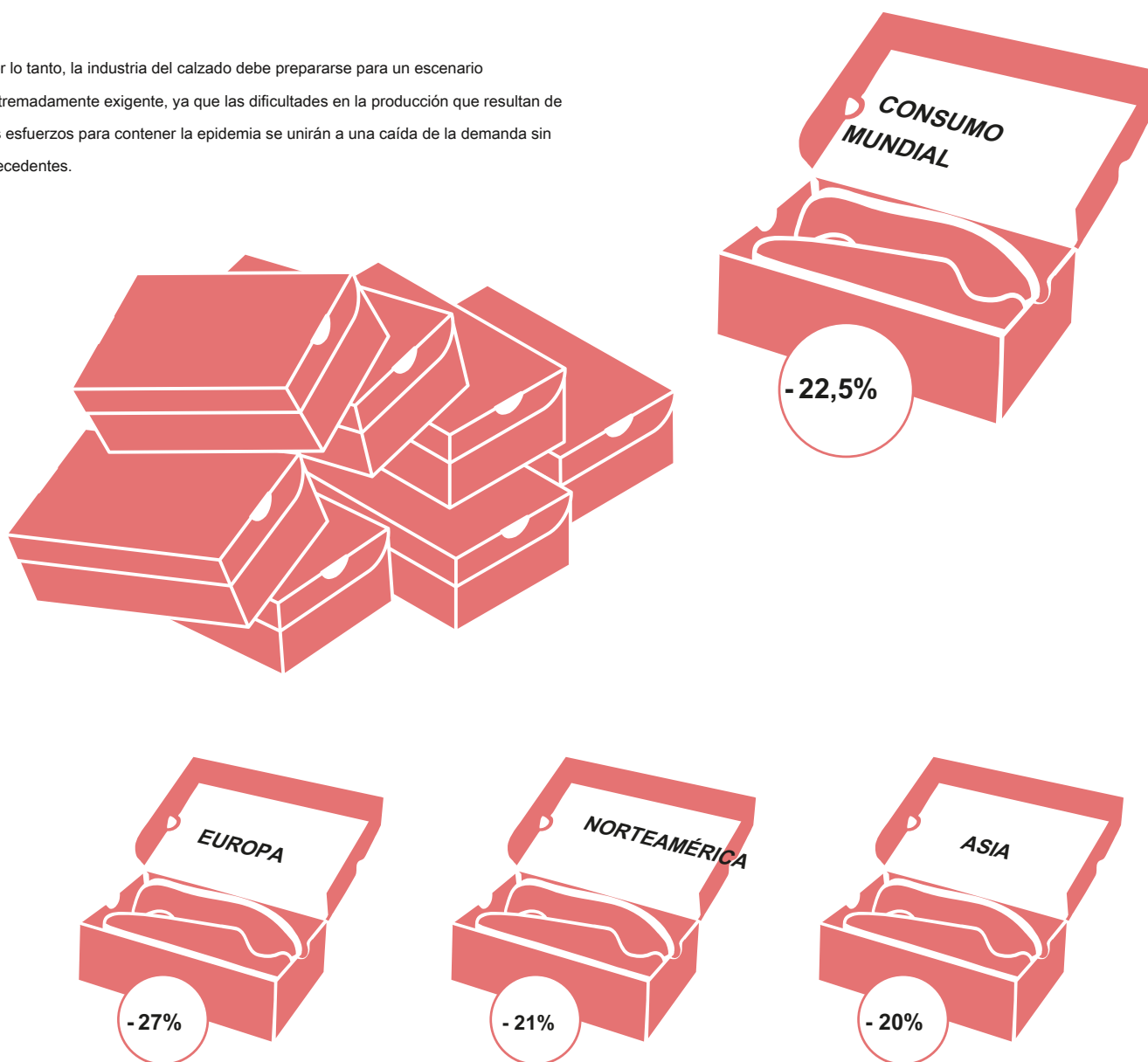
Impacto de la epidemia de Covid-19 en el consumo de calzado en 2020



IMPACTO DE COVID-19

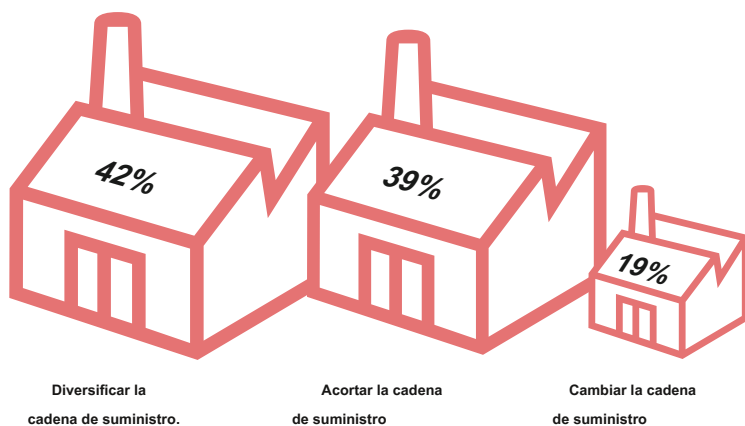
En promedio, el Panel de Expertos de World Footwear pronostica que el consumo de calzado en todo el mundo caerá alrededor de un 22.5% en 2020. Las estimaciones para Europa (-27%) son un poco más pesimistas que para Norteamérica (-21%) y Asia (-20%). Aplicando estos porcentajes al consumo por continente reportado en el World Footwear Yearbook 2019, en caso de que estos pronósticos sean precisos, el consumo de calzado este año se reduciría en 696 millones de pares en América del Norte, 908 millones en Europa y 2.400 millones en Asia.

Por lo tanto, la industria del calzado debe prepararse para un escenario extremadamente exigente, ya que las dificultades en la producción que resultan de los esfuerzos para contener la epidemia se unirán a una caída de la demanda sin precedentes.



IMPACTO DE COVID-19

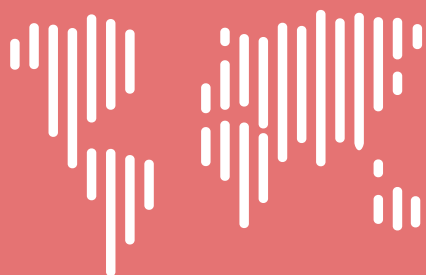
También queríamos saber sobre las consecuencias más duraderas de la epidemia. Interrogamos a los miembros del panel sobre su probable impacto en las decisiones de mediano plazo de las empresas con respecto a la ubicación de la producción de calzado.



Menos de uno de cada cinco de nuestros expertos cree que la epidemia no tendrá ningún impacto en la ubicación de la producción de calzado (sin cambiar la cadena de suministro). Otros se dividen casi por igual entre la opción de que las empresas prefieran dispersar la producción por diferentes países (diversificando la cadena de suministro) para minimizar el riesgo de interrupción en sus cadenas de suministro, y la posibilidad de que las empresas prefieran ubicar la producción cerca de los mercados de consumo (acortar la cadena de suministro).

Los encuestados norteamericanos son los menos inclinados a creer que las cosas permanecerán sin cambios, entre los tres continentes, Asia, Europa y América del Norte, que dominan el comercio internacional de calzado. La mayoría de los encuestados de América del Norte creen que las empresas preferirán mantener la producción más cerca de los mercados de consumo. Por el contrario, en Asia, casi uno de cada cuatro entrevistados confía en que las compañías no alterarán sus decisiones de ubicación de producción.

	ASIA	EUROPA	NORTEAMÉRICA
Cambiar la cadena de suministro	23%	19%	10%
Acortar la cadena de suministro	37%	43%	52%
Diversificar la cadena de suministro.	40%	38%	38%



WORLD FOOTWEAR

www.worldfootwear.com

**APICCAPS - Associação Portuguesa de Fabricantes de Calçado,
Componentes y Artículos de Cuero**

Rua Alves Redol, 372 | 4050-042 Oporto, Portugal

T. +351 225 074 150 | editor@worldfootwear.com

