

**MUNDO
CALZADO**

**NEGOCIO
CONDICIONES
ENCUESTA**

2022

2do SEMESTRE

NÚMERO 7



WORLD FOOTWEAR

by **Portuguese Shoes**

RESUMEN EJECUTIVO

Las estadísticas más recientes del comercio de calzado en 2022 muestran un evolución positiva de las importaciones a nivel mundial. La evolución del escenario macroeconómico mundial es incierta bajo tensiones inflacionistas, pero las previsiones de crecimiento económico siguen siendo optimistas.

Nuestros panelistas creen que en los próximos seis meses los precios del calzado aumentarán, en promedio, un 11%, pero la perspectiva sobre la evolución de la cantidad de calzado vendido en el mismo período es menos entusiasta: se espera una caída promedio del 1%. La mayoría de nuestros encuestados esperan una sólida salud del negocio durante los próximos seis meses, pero el empleo se estabilizará o disminuirá en sus empresas en este período.

En esta edición del Boletín, el costo de las mercancías o materias primas fue identificado por el 81% de los encuestados como fuente de preocupación. A esto le sigue la debilidad de la demanda tanto en el mercado nacional como en el internacional, que sigue siendo una de las principales preocupaciones de nuestros expertos.

Al ser cuestionados sobre sus expectativas sobre la evolución del consumo de calzado en 2023, los panelistas pronostican, en promedio, un aumento del 0,3% en el consumo global y del 0,2% en el consumo doméstico.

Si sus pronósticos resultan ser exactos, el consumo de calzado este año aumentará en 354,5 millones de pares en Asia, 156,4 millones de pares en América del Norte, 75,1 millones de pares en África, 12,4 millones de pares en América del Sur y caerá en 55,6 millones de pares en Europa.

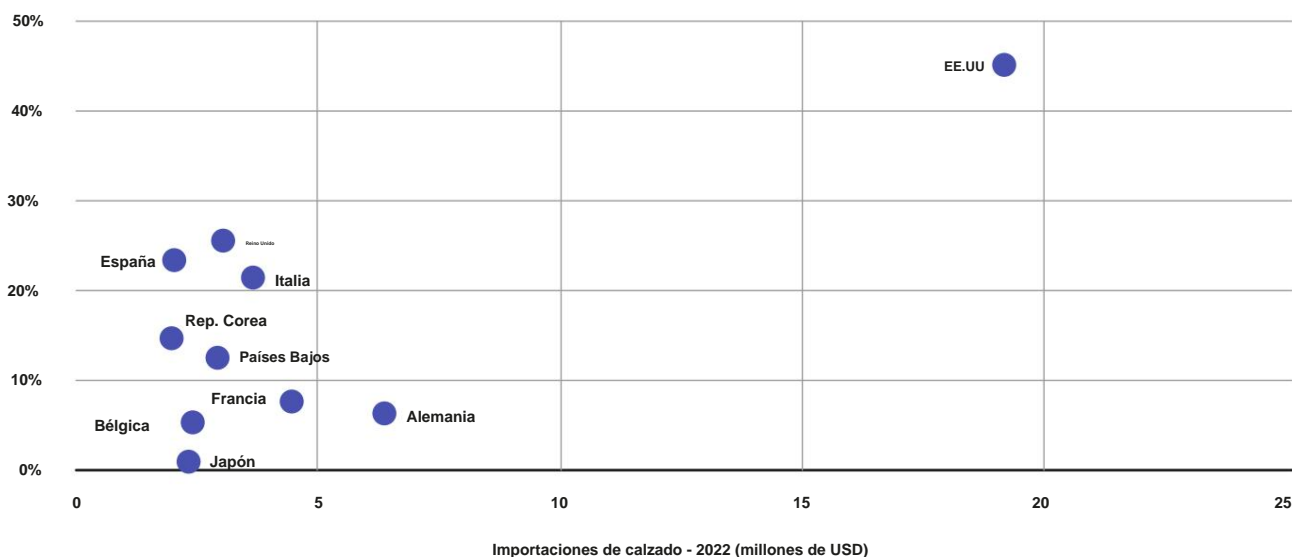
Cuando se les preguntó sobre otros temas, como la actitud de los consumidores hacia el calzado con un desempeño ambiental mejorado, la mayoría de nuestros expertos cree que los consumidores prefieren zapatos con un impacto ambiental menos negativo, pero solo si eso no resulta en precios más altos. Finalmente, también brindamos las opiniones de nuestros expertos sobre la evolución de la participación de las zapatillas en el calzado internacional. Nuestro panel espera que la participación de las zapatillas de deporte sea del 21,1 % para 2050, lo que corresponde a un ligero aumento en comparación con el 19 % actual.

CONTEXTO EMPRESARIAL

Las estadísticas más recientes del comercio de calzado en 2022 muestran una evolución positiva de las importaciones para los diez principales importadores a nivel mundial. EE. UU., el mercado de importación más grande del mundo, tuvo el mejor desempeño entre estos países, aumentando las importaciones de calzado en un 45,1%. En Europa, las importaciones aumentaron más de un 20% en

Reino Unido (25,5 %), España (23,4 %) e Italia (21,4 %), y entre un 5 % y un 13 % en Bélgica (5,1 %), Alemania (6,3 %), Francia (7,7 %) y Países Bajos (12,5 %). En Asia, las importaciones de Corea crecieron un 14,7% y las de Japón un 1%. Por el contrario, en China, el 12º mayor importador, las importaciones cayeron 51,9% en el primer semestre del año.

IMPORTACIONES DE CALZADO Primer semestre 2021 vs 2022 (Top Ten importadores)

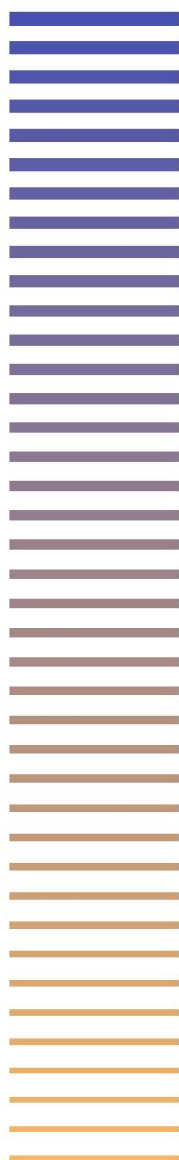


Fuente: Mapa comercial

Las proyecciones más recientes de la International Monetary Fund estiman un aumento del PIB real mundial del 3,2% en 2022: 3,7% en las economías emergentes y en desarrollo y 2,4% en las economías avanzadas.

SALUD DE EL NEGOCIO

40%



Fuerte

35%



Ni fuerte ni débil

dieciséis%



Débil

9%

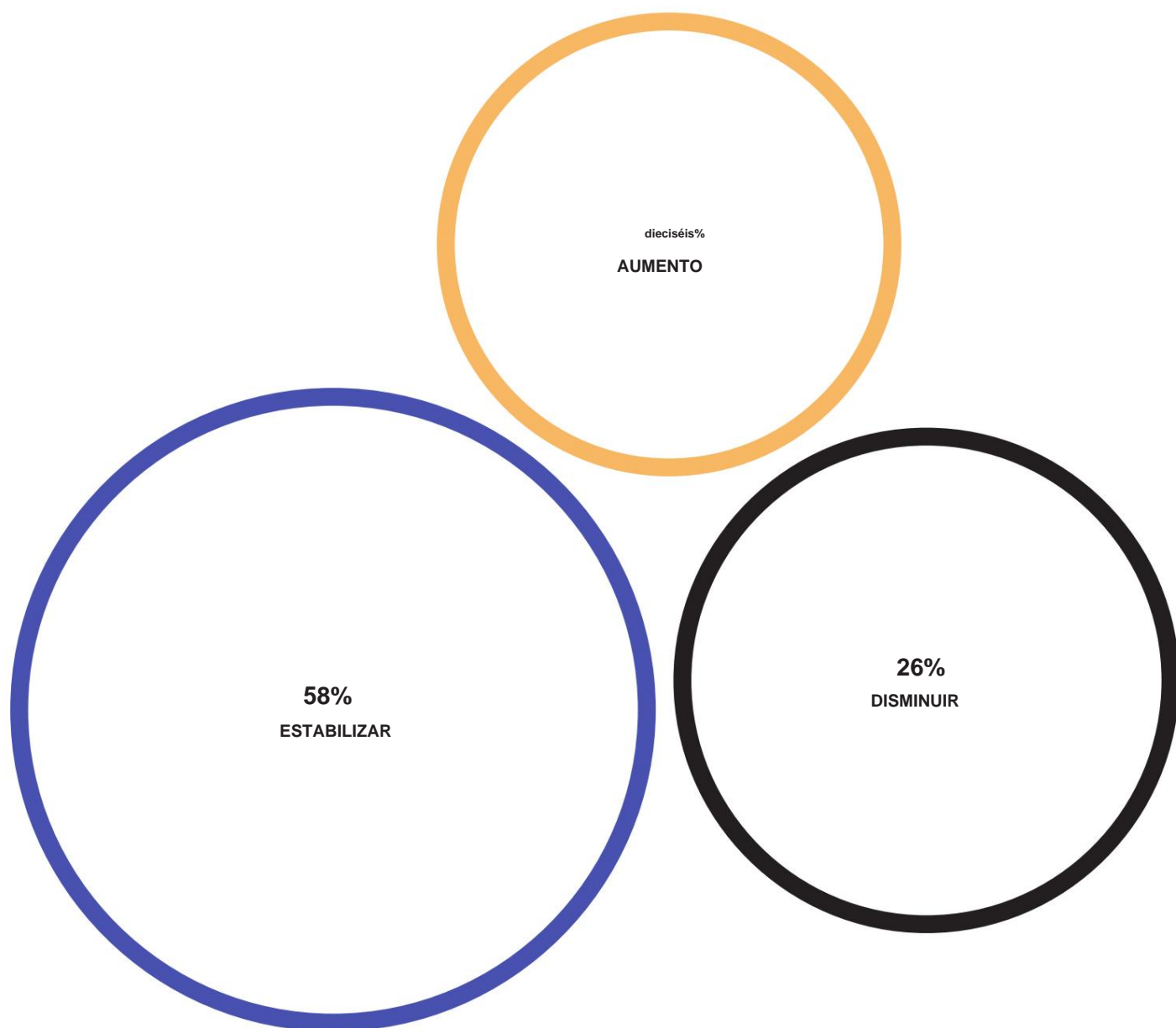


Muy débil

Las perspectivas de nuestro panel de expertos sobre la salud de sus negocios en los próximos seis meses son muy positivo. Aunque nadie espera que sea muy fuerte, el 40% de los encuestados esperan que sea fuerte. El porcentaje de encuestados que cree que será débil o muy débil (25,6%) es inferior al 35% de encuestados que espera que no sea ni fuerte ni débil. Sin embargo, los fabricantes de calzado son más pesimistas que los comerciantes de calzado. Mientras que el 56 % de los comerciantes de calzado espera que la salud del negocio sea sólida, este porcentaje se reduce al 30 % entre los fabricantes de calzado, y el 41 % de estos últimos cree que no será ni fuerte ni débil.

EMPLEO NIVEL

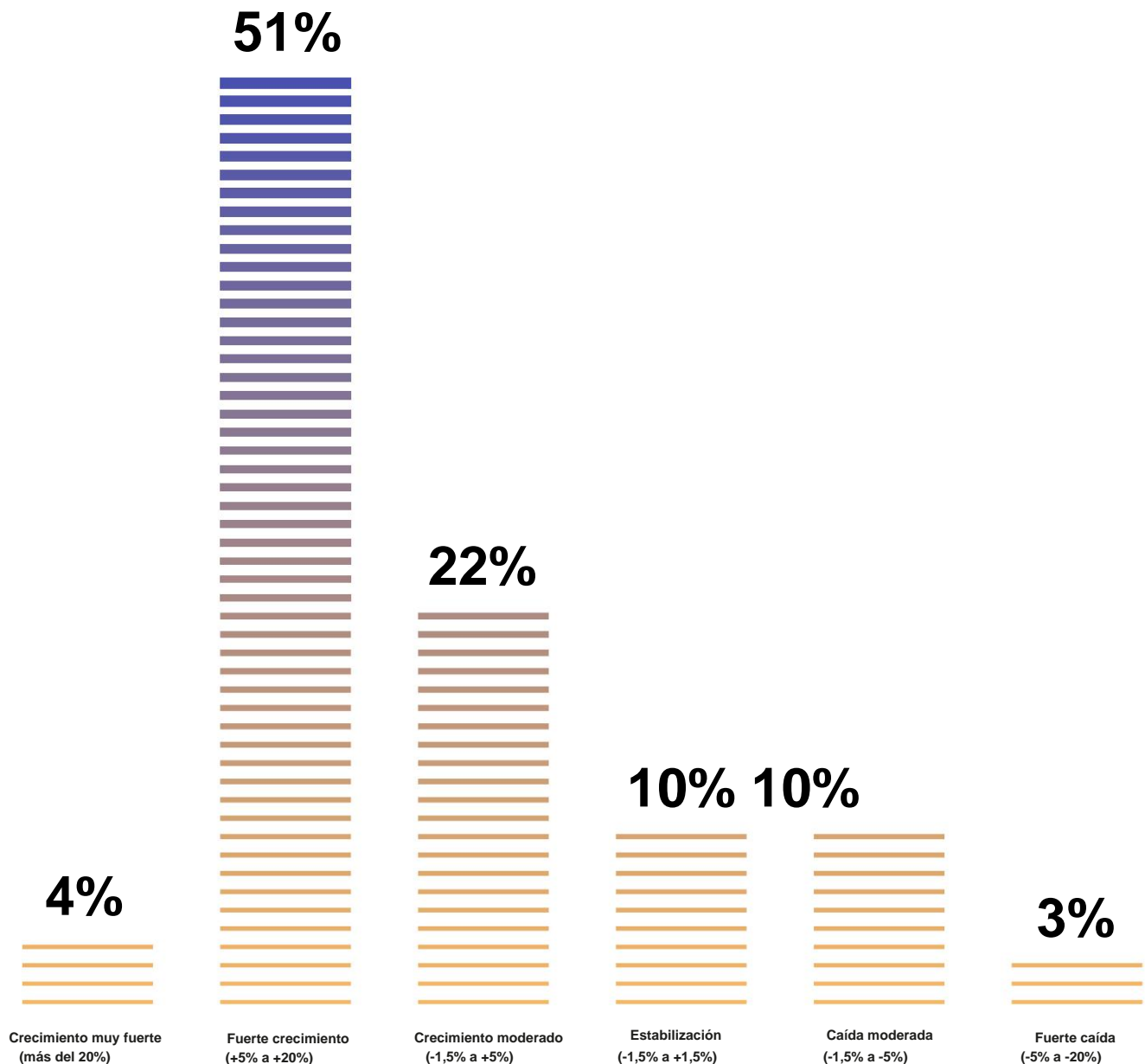
En cuanto al empleo en los próximos seis meses, las perspectivas de nuestros expertos son algo menos positivas. Más de la mitad de los encuestados espera que el empleo se estabilice en sus empresas, pero más espera que disminuya que aumente (con un balance de respuestas extremas igual a -10 pp). Esta tendencia es común a diferentes líneas de negocio (fabricantes y comerciantes) y organizaciones de diferentes tamaños.



PRECIOS

Las perspectivas de nuestros panelistas sobre la evolución de los precios del calzado en sus países durante los próximos seis meses son optimistas. La mayoría de los encuestados esperaba que los precios aumentaran con fuerza (entre un 5% y un 20%) y más de 3 de cada 4 creen que aumentarán. Este sentimiento entre los encuestados es común a todas las líneas de negocio y roles en la organización, pero las organizaciones más grandes esperan que los precios se estabilicen o disminuyan en lugar de crecer.

En promedio, los miembros de nuestro panel esperan que los precios aumenten un 11 % en los próximos seis meses.

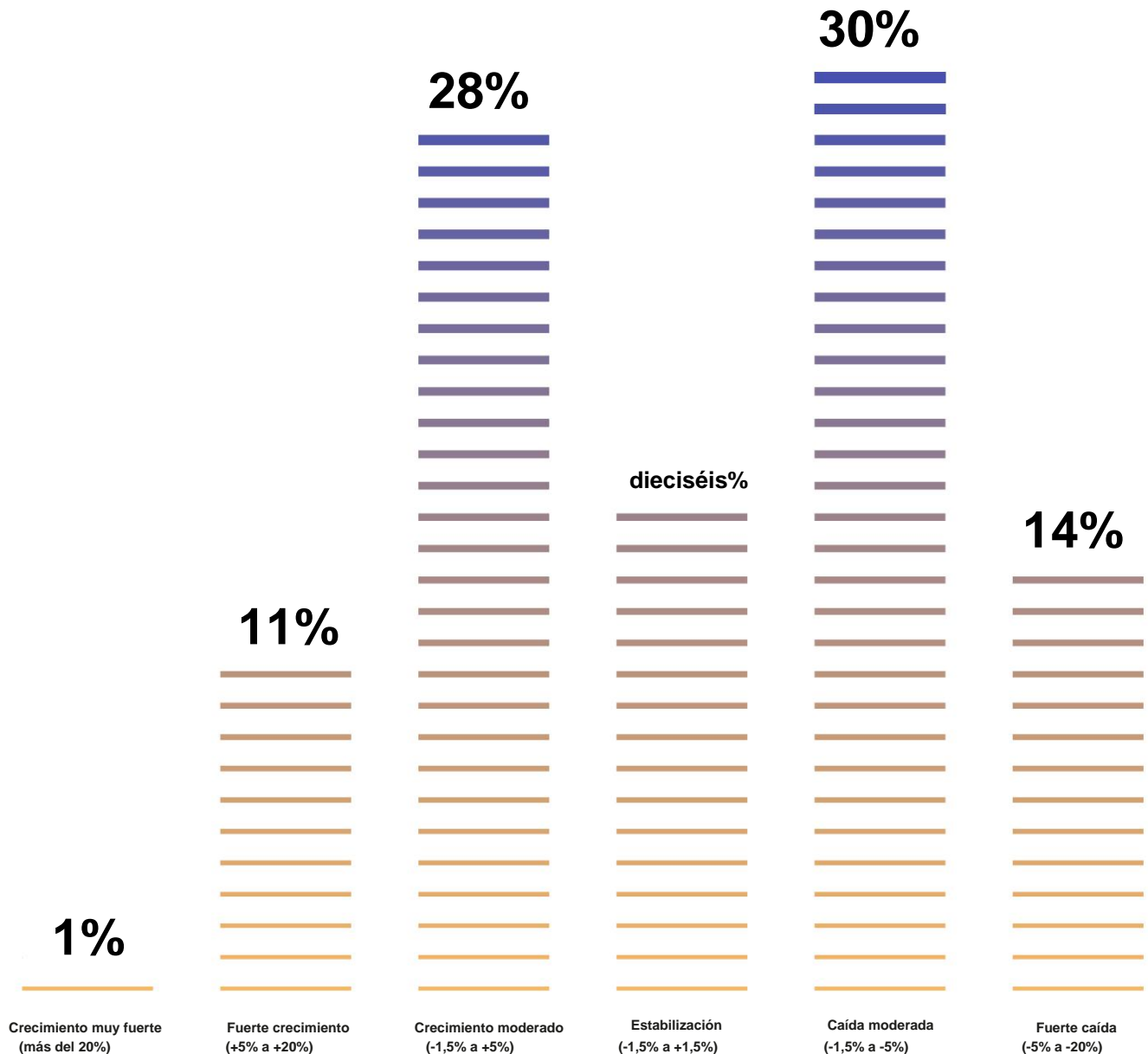


CANTIDAD

Las perspectivas sobre la evolución de la cantidad vendida son, sin embargo, más sombrías: el 30% de los encuestados espera que disminuya moderadamente (-1,5% a -5%) durante los próximos seis meses, alrededor del 16% espera que se estabilice y otro 14% caer fuertemente (-5% a -20%), mientras que el 28% espera que crezca moderadamente (+1,5% a 5%). En promedio, los miembros de nuestro panel esperan que la cantidad de calzado vendido (número de pares) caiga un 1% en sus países durante los próximos seis meses.

Los comerciantes y fabricantes de calzado se encuentran entre los más pesimistas. En cuanto al tamaño de la organización, el predominio de las previsiones más negativas es habitual en las organizaciones de menor tamaño.

Los encuestados europeos son los más negativos, con un 45 % esperando una caída moderada y un 57 % esperando una caída moderada o una caída fuerte.



DIFICULTADES

En la edición actual de esta encuesta, los problemas asociados con el costo de la mercadería o materia prima

Los materiales representan más del 80% de las respuestas.

Esta preocupación es compartida por todas las líneas de negocio, pero parece más importante para los fabricantes de calzado que para los comerciantes de calzado. Además, todos los encuestados en América del Norte mencionaron el costo de la mercancía como fuente de preocupación, mientras que en otros continentes también es una dificultad relevante con porcentajes entre el 75% en América del Sur y África y el 85% en Asia.

También a la cabeza de las dificultades que enfrenta el negocio del calzado se encuentra la persistencia de la "demanda insuficiente", tanto en los mercados internacionales como en el interior, que concentra el 41% y el 42% de las respuestas, respectivamente. La preocupación por la demanda insuficiente en los mercados internacionales es más evidente en Asia (70%), mientras que la demanda insuficiente en los mercados de origen alcanza un mayor porcentaje de respuestas en Europa (49%).

Los problemas de recursos humanos (38%) ahora parecen más preocupantes que las dificultades financieras (26%). Los problemas asociados a la competencia en los mercados interno y externo tienen menor relevancia en esta edición, así como las dificultades asociadas con los impuestos, los requisitos regulatorios, la falta de equipos adecuados o los obstáculos legales al comercio, así como las condiciones climáticas.

Costo de mercadería o materia prima	81%
Demanda insuficiente en nuestro mercado local	42%
Demanda insuficiente en los mercados internacionales	41%
problemas de recursos humanos	38%
Dificultades financieras	26%
Competencia en los mercados internacionales	12%
Competencia en nuestro mercado interno	8%
Impuestos	6%
Requisitos reglamentarios o administrativos	4%
Falta de equipo adecuado u otros problemas tecnológicos	4%
Obstáculos legales o administrativos al comercio internacional	3%
Las condiciones climáticas	3%
Otros	10%

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

CANALES MINORISTAS

Las expectativas generales sobre la evolución de los canales de venta digitales en los próximos tres años siguen siendo especialmente positivas en detrimento de la evolución de las tiendas físicas tradicionales. De hecho, más de la mitad de los miembros del panel creen que múltiples Las tiendas online de marca aumentarán su cuota de mercado durante ese periodo y predicen la misma evolución para las tiendas online de marca propia. El 49% espera un aumento en la participación de mercado de los vendedores en línea generales.

Sin embargo, el balance de respuestas extremas con respecto a cada uno de estos canales minoristas digitales alcanzó niveles más altos en ediciones anteriores de esta encuesta. Las grandes superficies y las tiendas físicas de marca propia también presentan saldos positivos de respuestas extremas aunque mucho menores. Sobre el

Por el contrario, más encuestados esperan que otros canales minoristas (excepto en África) y tiendas minoristas de calzado multimarca (excepto en Europa y América del Norte) reduzcan su mercado. compartir en lugar de aumentar.

	AUMENTO	ESTABILIZAR	DISMINUIR	EQUILIBRIO DE EXTREMOS PP
Tiendas online multimarca de calzado o moda	56%	30%	14%	42
Tiendas minoristas en línea de marca propia	59%	24%	17%	42
Vendedores generales en línea	49%	37%	14%	35
Comercio minorista a gran escala	26%	52%	22%	4
Tiendas minoristas físicas de marca propia	30%	41%	29%	1
Otros canales	dieciséis%	62%	22%	-6
Tiendas minoristas de calzado multimarca	19%	47%	34%	-15



2023 PODRÍA TRAER UNA PERDIDA DE 56 MILLONES PARES EN EUROPA CONSUMO

En promedio, nuestros encuestados esperan que el consumo de calzado aumente un 0,3 % en 2023 a nivel mundial y 0,2% en sus propios países.

Las estimaciones sobre la evolución global del consumo de calzado en 2023 difieren a nivel mundial: en África, América del Norte, América del Sur y Asia se espera que aumente (6%, 4%, 3% y 1%, respectivamente, en promedio), mientras que en Europa se espera que disminuya un 1%.

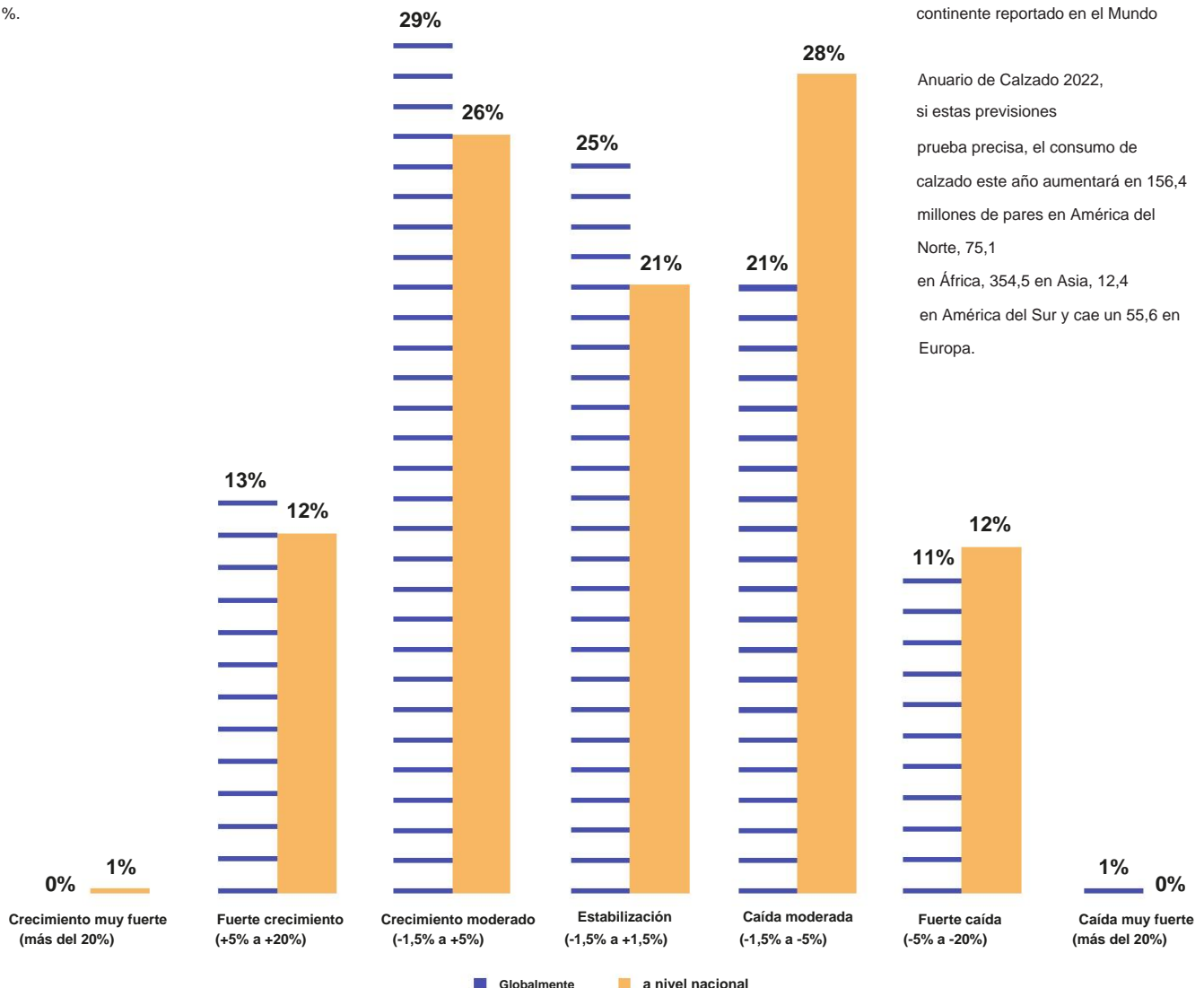
En cuanto a la evolución del consumo de calzado en 2023 por país, las estimaciones son consistentes con la evolución global esperada, pero con magnitudes diferentes:

en América del Norte, África, Asia y América del Sur

los encuestados esperan, en promedio, un aumento en el consumo interno del 5%, 4%, 3% y 1%, respectivamente, mientras que los encuestados europeos esperan que el consumo de calzado disminuya en sus propios países en un 2%. Aplicar

estos porcentajes al consumo por continente reportado en el Mundo

Anuario de Calzado 2022, si estas previsiones prueba precisa, el consumo de calzado este año aumentará en 156,4 millones de pares en América del Norte, 75,1 en África, 354,5 en Asia, 12,4 en América del Sur y cae un 55,6 en Europa.

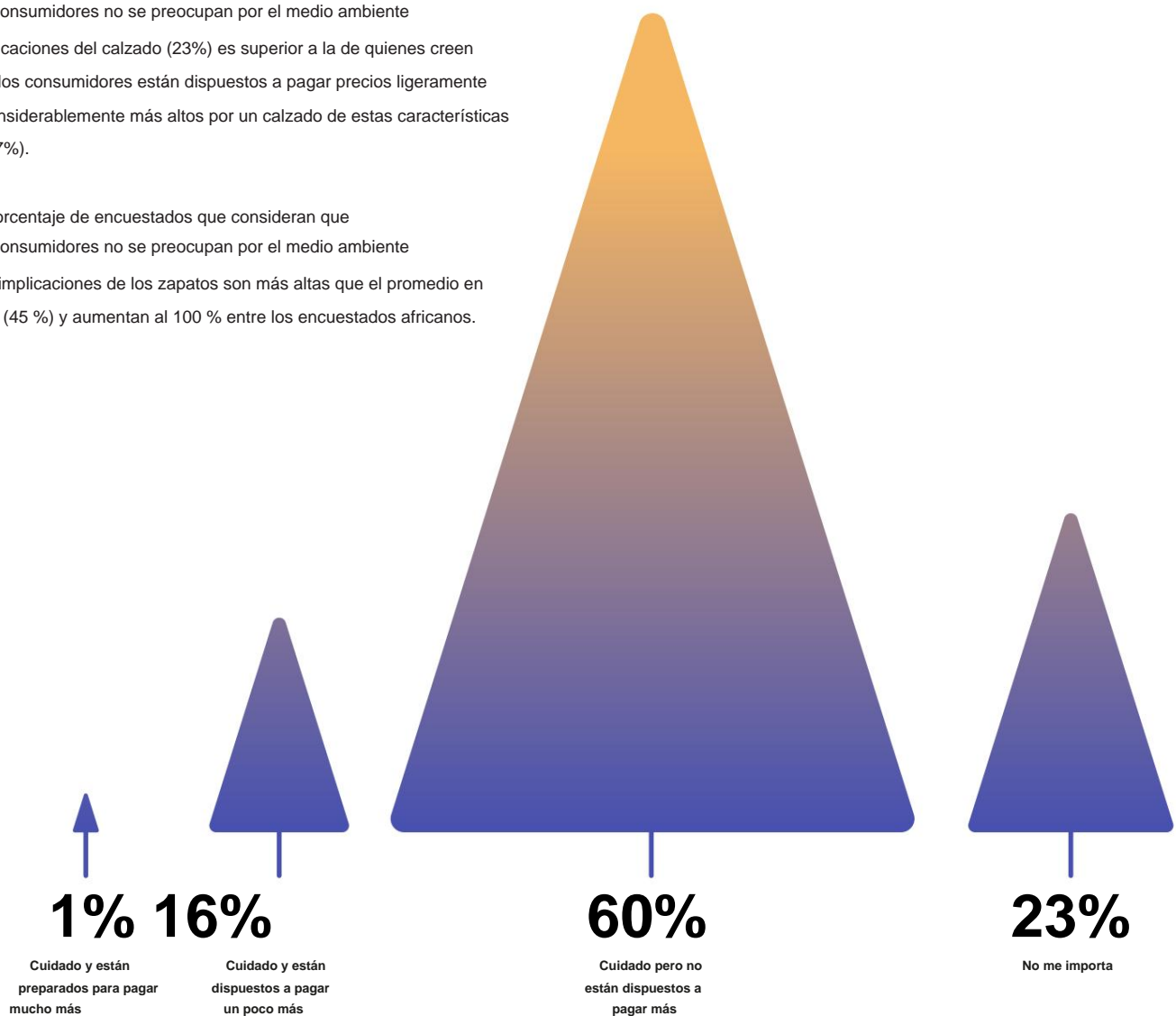


SOSTENIBLE, POR FAVOR. ¡PERO NO MÁS CARO!

En esta edición de la encuesta Condiciones comerciales, preguntamos a nuestro panel de expertos sobre la actitud de los consumidores hacia el calzado con un desempeño ambiental mejorado. El 60% de los encuestados cree que los consumidores prefieren zapatos con un impacto ambiental menos negativo, pero solo si eso no resulta en precios más altos. Además, el porcentaje de encuestados que considera que

los consumidores no se preocupan por el medio ambiente implicaciones del calzado (23%) es superior a la de quienes creen que los consumidores están dispuestos a pagar precios ligeramente o considerablemente más altos por un calzado de estas características (16,7%).

El porcentaje de encuestados que consideran que los consumidores no se preocupan por el medio ambiente Las implicaciones de los zapatos son más altas que el promedio en Asia (45 %) y aumentan al 100 % entre los encuestados africanos.

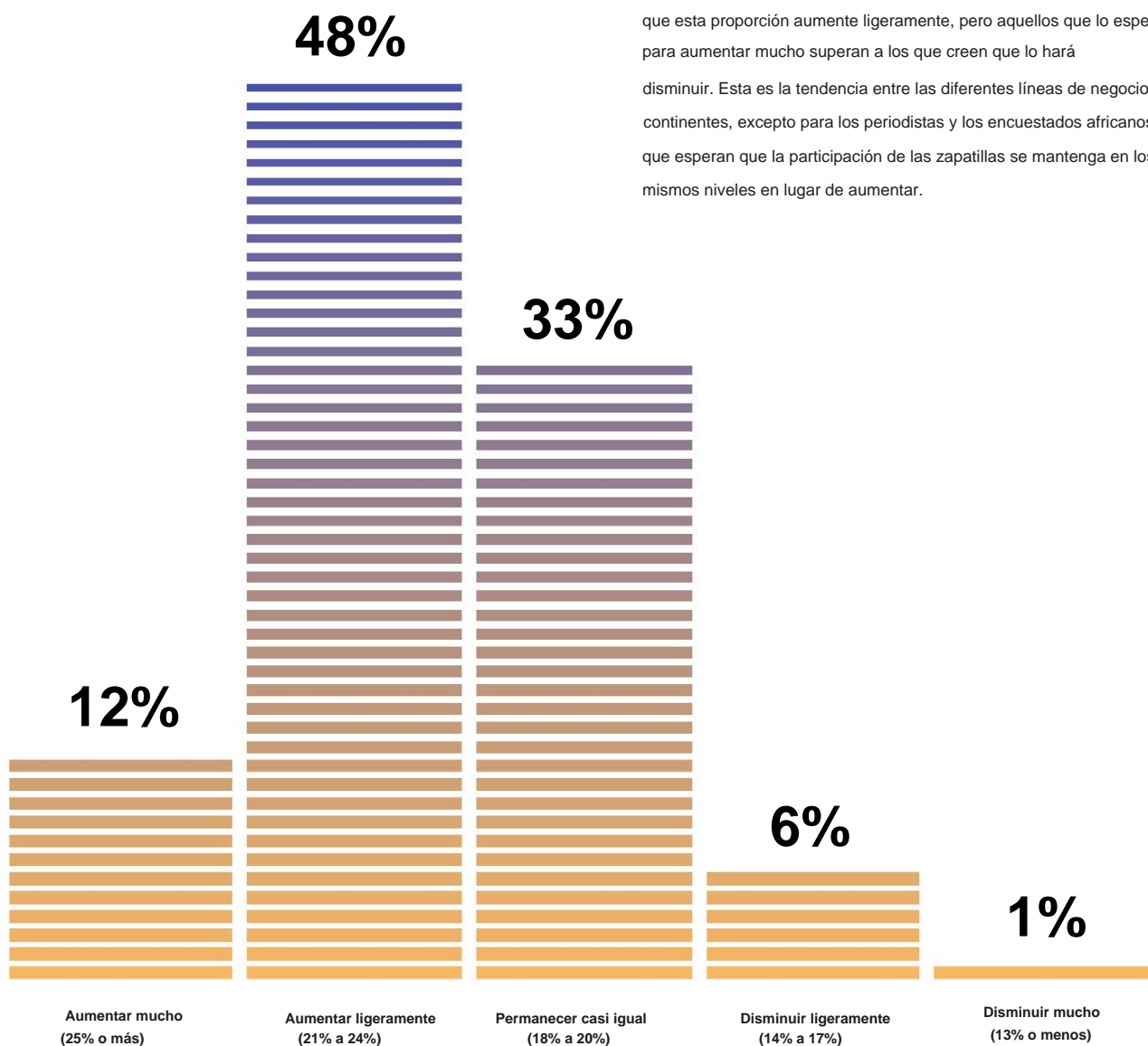


ZAPATILLAS DEPORTIVAS COMPARTIR A SEGUIR CRECIENTE

Según Statista, las zapatillas deportivas representan el 19 % de los ingresos en los mercados de calzado de todo el mundo (el resto se divide entre calzado deportivo, 13 %, calzado de cuero 33% y textil y otro calzado

35%). En esta edición de la encuesta, le preguntamos a nuestro panel de expertos cómo esperaban que evolucionara la participación de las zapatillas en el comercio internacional de calzado para 2050.

En promedio, nuestro panel espera que la participación de las zapatillas de deporte sea del 21,1% para 2050, 2,1 pp más que su marca actual. De hecho, la mayoría de los encuestados (alrededor del 48 %) espera que esta proporción aumente ligeramente, pero aquellos que lo esperan para aumentar mucho superan a los que creen que lo hará disminuir. Esta es la tendencia entre las diferentes líneas de negocio y continentes, excepto para los periodistas y los encuestados africanos, que esperan que la participación de las zapatillas se mantenga en los mismos niveles en lugar de aumentar.



ACERCA DE 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 del calzado y luego redistribuir dicha información de manera que brinde una descripción precisa de la situación de la industria mundial del calzado.

La séptima edición de esta encuesta online se realizó durante el mes de noviembre de 2022. Hemos obtenido 90 respuestas válidas, el 57% provenientes de Europa, el 22% de Asia, el 9% de Sudamérica y el 8% de Norteamérica, y el resto 4 % de África. Alrededor del 30 % de los encuestados se dedican a la fabricación de calzado (fabricantes), el 18 % al comercio y la distribución de calzado (comerciantes) y el 52 % a otras actividades relacionadas con el calzado, como

gremios, consultoría, periodismo, etc. (otros).

Derechos de autor

APICCAPS • DICIEMBRE 2022

Quienes somos

Calzado Mundial es una iniciativa de APICCAPS, el Calzado Portugués, Asociación de Fabricantes de Componentes y Marroquinería, e incluye dos canales de comunicación: una edición anual del World Footwear Anuario y plataforma electrónica con noticias actualizadas del sector (www.worldfootwear.com).

La primera edición del World Footwear Yearbook, un informe completo que analiza las principales tendencias dentro del sector del calzado en todo el mundo, se publicó en septiembre de 2011, con nuevas ediciones actualizadas publicadas 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 función 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 del calzado en todo el mundo.

Coordinación de Informes

Oficina de Estudios de APICCAPS

Joana Vaz Teixeira

Con especial agradecimiento a Vasco Rodrigues y Filipa Cunha Mota por su contribución.

Este informe fue elaborado 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 exactitud o integridad del informe y no se hace responsable de ningún error o de las opiniones expresadas en este documento.



WORLD FOOTWEAR

www.worldfootwear.com

**APICCAPS - Asociación Portuguesa de Fabricantes de
Calzado, Componentes y Marroquinería**

Calle Alves Redol, 372 | 4050-042 Oporto, Portugal T.
+351 225 074 150 | editor@worldfootwear.com



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional