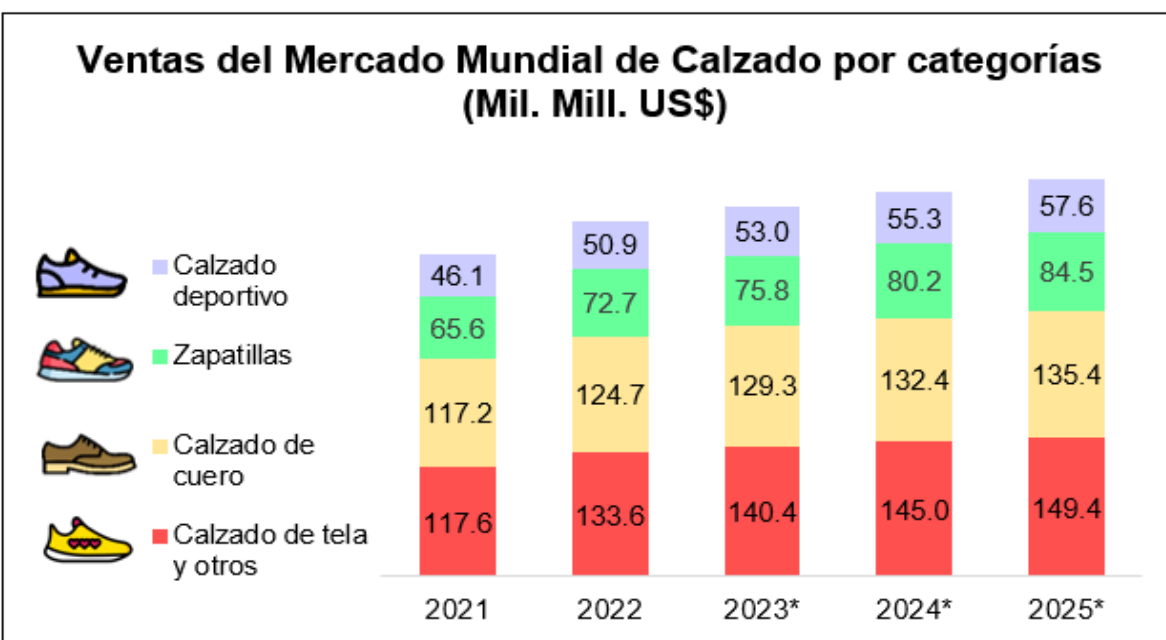
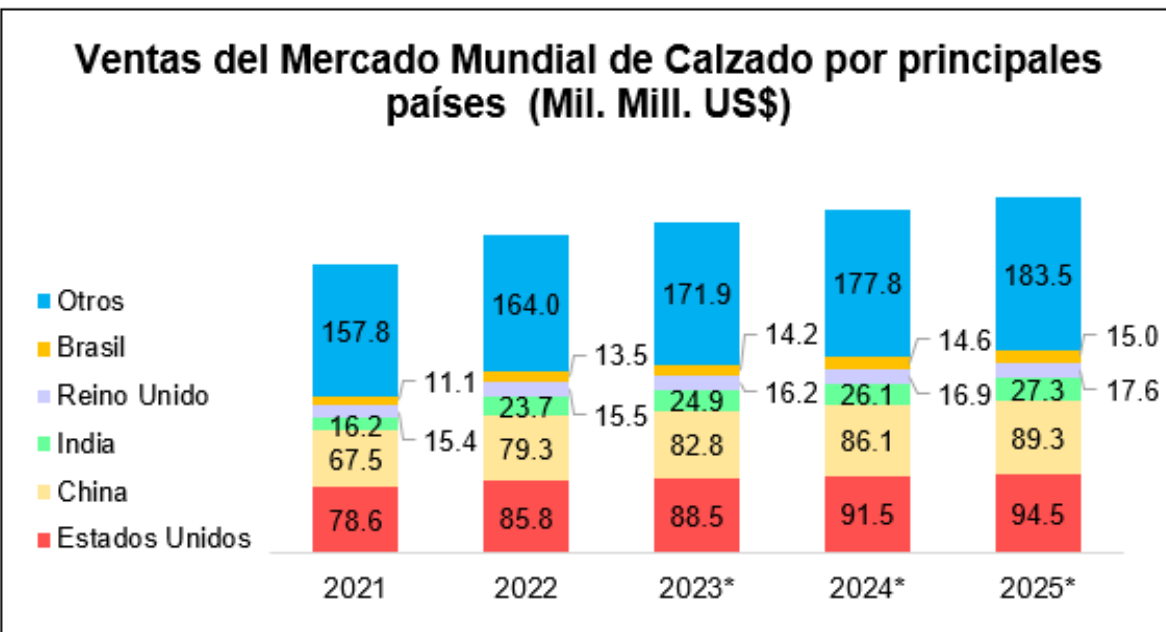


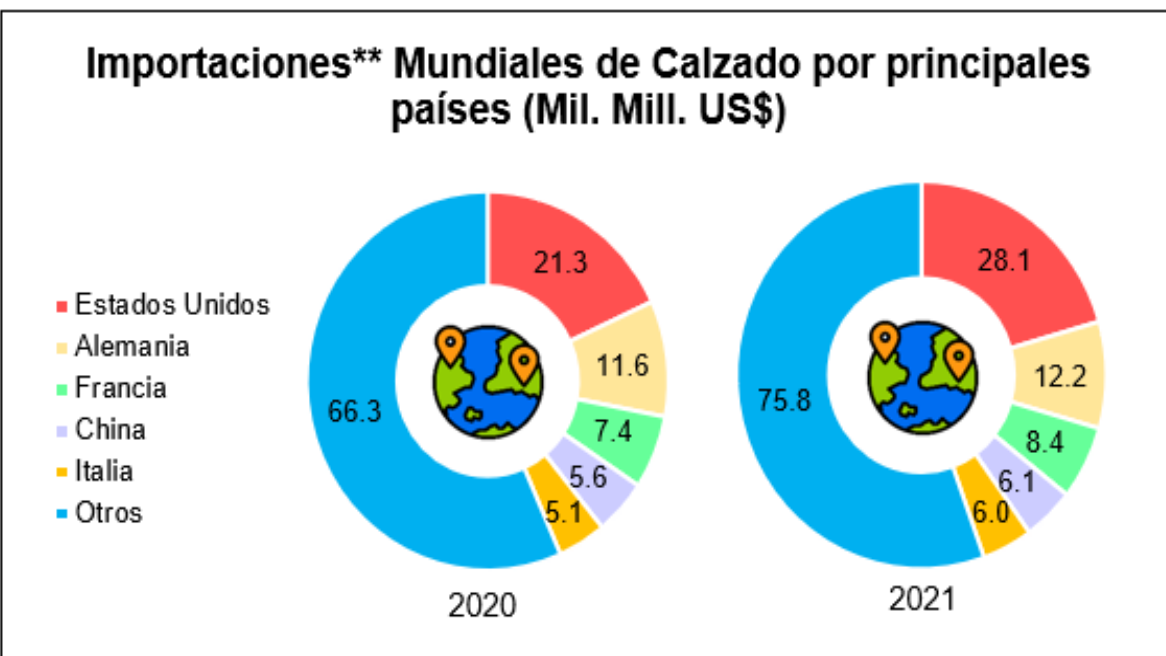
Fuente: Statista



Fuente: Statista



Fuente: Statista



**Los subcapítulos considerados fueron: 6401, 6402, 6403, 6404 y 6405.

Fuente: Trade Map

Mercado Mundial del Calzado

El mercado del calzado incluye todo tipo de calzado diseñado y destinado a una variedad de actividades.

En el 2023, las ventas mundiales de calzado alcanzarían los US\$ 398.4 mil millones. Se espera que al 2025, el sector logre ventas por US\$ 427 mil millones, lo que significaría un crecimiento promedio anual de 3.5% entre 2023 y 2025.

Las ventas de calzado estuvieron lideradas por la categoría calzado de tela y otros, que alcanzaría los US\$ 149.4 mil millones en 2023 (35.2% del total). Esta categoría abarca al calzado de ciudad con parte superior textil, de caucho y/o plástico, como botas de goma, sandalias y zuecos de madera. Se estima que para 2025, las ventas de esta categoría se situarán en US\$ 149.4 mil millones, con un crecimiento promedio anual de 3.2% entre 2023 y 2025.

La segunda categoría más importante fue la de calzado de cuero, que concentraría el 32.5% de las ventas totales en 2023 (US\$ 129.3 mil millones). Esta categoría incluye botas, sandalias, calzado de ciudad, zuecos y zapatos similares que están hechos con partes superiores de cuero. Se esperan ventas por US\$ 135.4 mil millones para el 2025 y un crecimiento promedio anual de 2.3% entre 2023 y 2025.

A nivel de ventas por países, los principales mercados para el calzado son Estados Unidos, China, India, Reino Unido y Brasil, los cuales acumularían el 56.9% de las ventas mundiales en 2023.

Estados Unidos se mantiene como el país con mayores ventas internas de calzado. En 2023, este país facturaría US\$ 88.5 mil millones, monto que representaría el 22.2% de las ventas mundiales. Se estima que este indicador alcanzaría los US\$ 94.5 mil millones para el 2025, con una tasa de crecimiento promedio anual de 3.3% entre 2023 y 2025.

De igual forma, China permanecería como el segundo mercado con mayores ventas en 2023 (US\$ 82.8 mil millones). Se proyecta que crecería a una tasa promedio anual de 3.8% en el periodo 2023-2025 y alcanzaría ventas de US\$ 89.3 mil millones en 2025.

Importaciones de Calzado

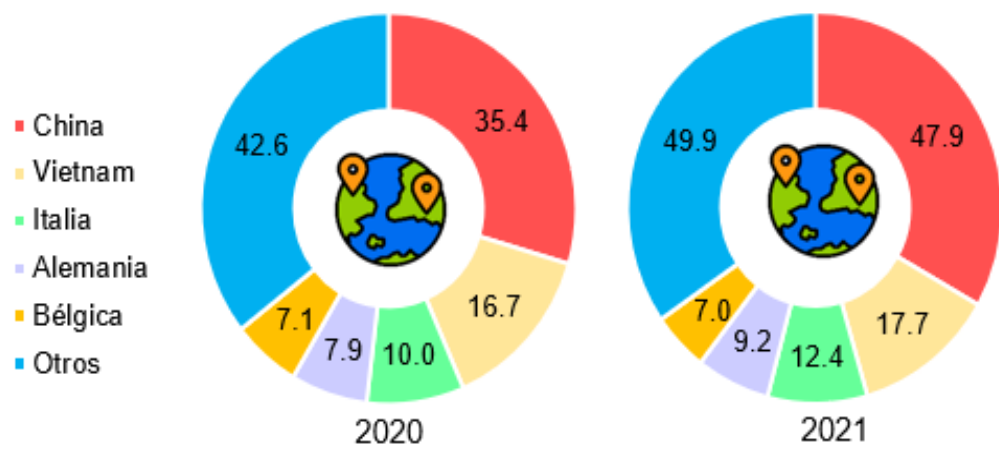
En el 2021, los principales países importadores fueron Estados Unidos, Alemania, Francia, China e Italia, los cuales registraron compras acumuladas por US\$ 60.8 mil millones, que representó el 44.5% de las importaciones mundiales del sector.

Estados Unidos fue el principal país importador de calzado en 2021, el cual registró compras por US\$ 28.1 mil millones, lo cual significó un incremento de 32% frente al 2020. Al 2022⁽¹⁾ alcanzó importaciones por US\$ 37.5 mil millones.

En el caso de Alemania, se posicionó como el segundo país importador de calzado, por un valor de US\$ 12.2 mil millones en 2021, lo cual representó un aumento de 4.8% con respecto al año anterior. Al 2022⁽¹⁾ registró compras por US\$ 13.8 mil millones.

(1) La información del 2022 sólo está disponible para algunos países.

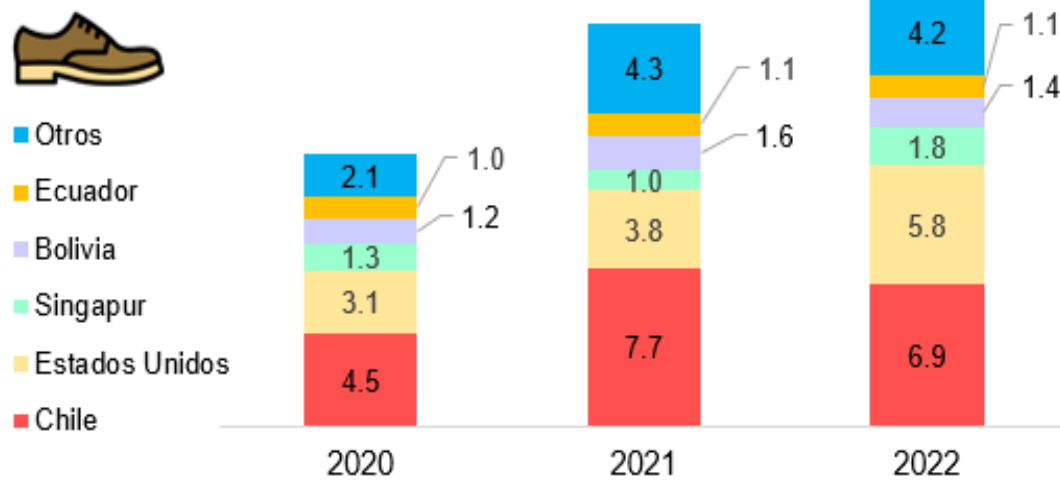
Exportaciones** Mundiales de Calzado por principales países (Mil. Mill. US\$)



**Los subcapítulos considerados fueron: 6401, 6402, 6403, 6404 y 6405.

Fuente: Trade Map

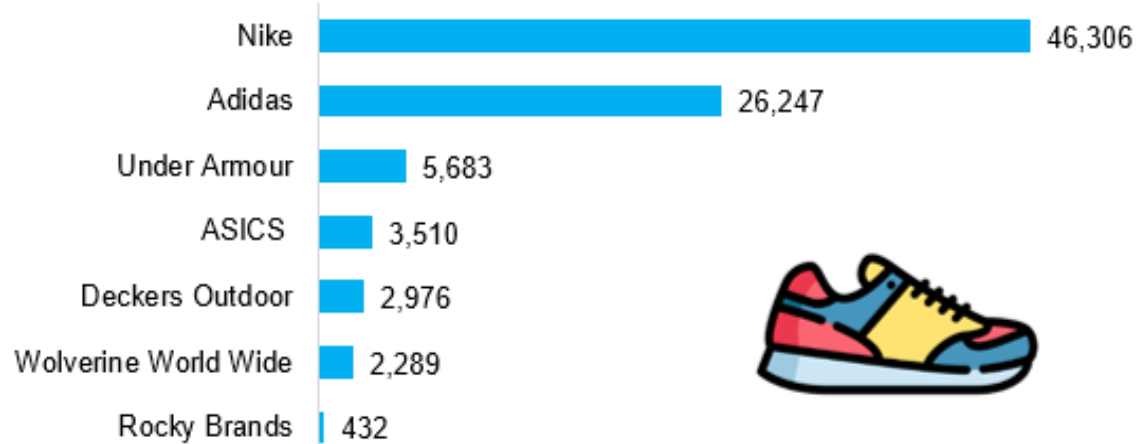
Exportaciones** Peruanas de Calzado por principales países (Mill. US\$)



**Los subcapítulos considerados fueron: 6401, 6402, 6403, 6404 y 6405.

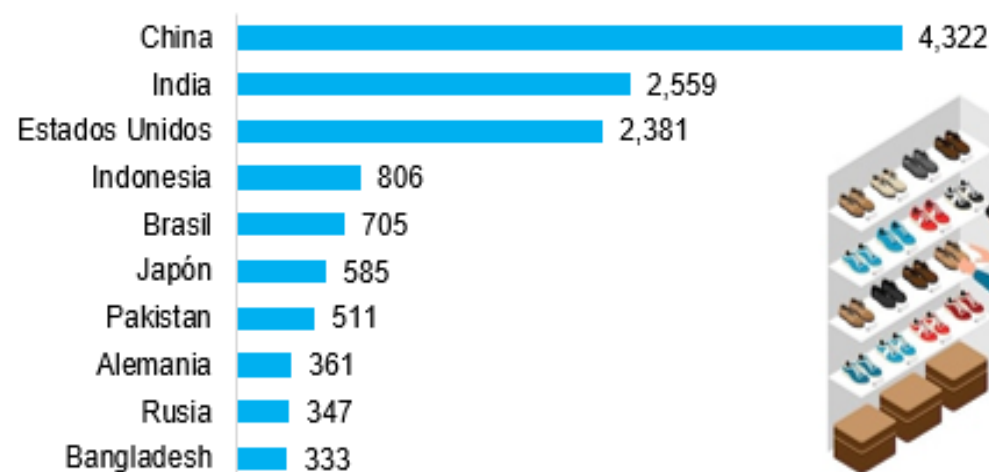
Fuente: Adex Data Trade / Aduanas Perú

Principales Empresas a Nivel Mundial de Calzado por Ventas 2021 (Mill. US\$)



Fuente: Statista / Moss Adams Capital

Los 10 Principales Consumidores Mundiales de Calzado 2021 (Mill. de pares)



Fuente: Statista / World Footwear

Exportaciones de Calzado

En 2021, los principales países exportadores fueron China, Vietnam, Italia, Alemania y Bélgica, los cuales registraron ventas acumuladas por US\$ 94.1 mil millones, que representaron el 65.4% de las exportaciones mundiales.

China fue el principal exportador de calzado en 2021, por un valor de US\$ 47.9 mil millones, con un incremento de 35.3% frente al año anterior.

Exportaciones de Perú

Las exportaciones de calzado del Perú alcanzaron los US\$ 21.2 millones en 2022, lo que significó un crecimiento de 9.1% frente al año anterior.

Los 5 principales destinos de los envíos internacionales peruanos en 2022 fueron Chile, Estados Unidos, Singapur, Bolivia y Ecuador, los cuales acumularon el 80.1% del total exportado.

Destacó el crecimiento de Singapur y Estados Unidos en 2022, con tasas de crecimiento de 75.8% y 55% frente al 2021, respectivamente.

Tendencias

1. Athleisure

El término *Athleisure* es la unión de *athletic* con *leisure* (atlético con ocio). Es decir, se refiere a la tendencia de vestir prendas y usar calzado de estilo deportivo en el trabajo, universidad o para cenar. Un código de vestimenta relajado que muchas estrellas de la música han impuesto y que las marcas de lujo de tradición clásica han incluido en sus colecciones. La creciente conciencia sobre la salud y el estado físico ha derivado en un incremento de la demanda del calzado cómodo.

2. Personalización y mayor tecnología

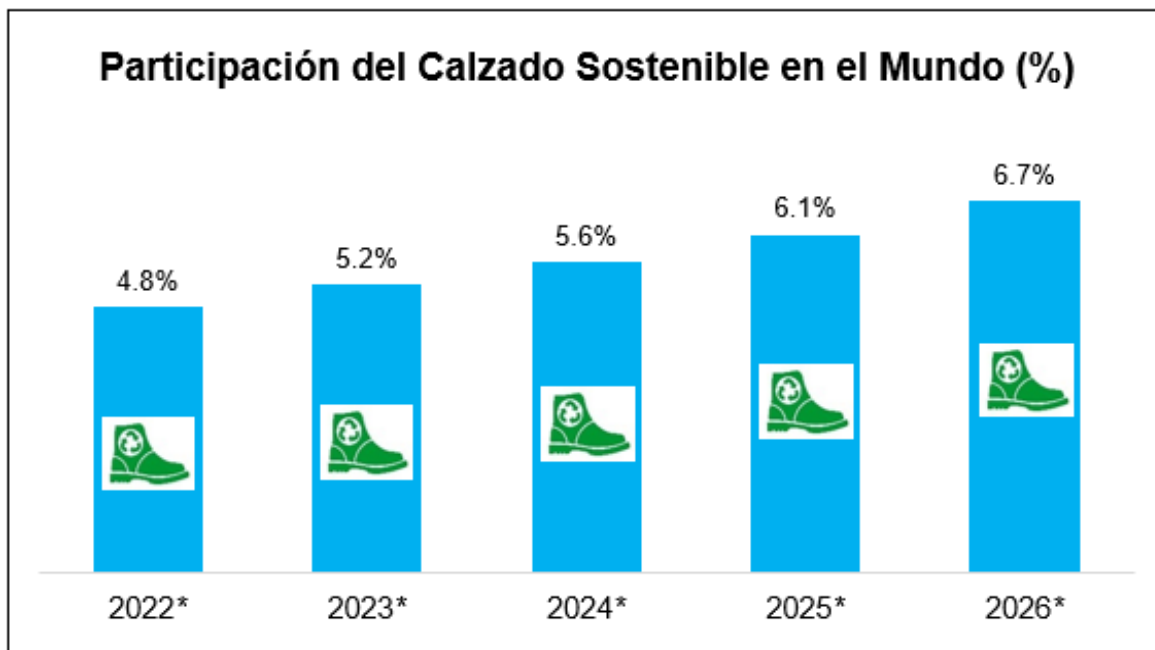
Los consumidores, particularmente los *millennials*, reflejan una mayor demanda de productos personalizados, de marcas y tiendas boutique. La impresión 3D se está convirtiendo en un pilar de la fabricación de calzado, la cual permite a los fabricantes hacer frente a incrementos de demanda y a una amplia variedad de diseños. El mercado del calzado deportivo ha sido el que más ha apostado por esta tecnología, como es el caso de Nike con las zapatillas de alta competición, New Balance, que fue la primera zapatilla con media suela con impresión 3D, o Adidas, que utilizó tecnología Futurecraft 4D.

Otra tecnología que llega a la industria del calzado es el Internet de las Cosas, que considera la interconexión entre los zapatos o zapatillas con otros dispositivos. Por ejemplo, un smartwatch puede recibir datos del calzado para conocer el número de pasos, las características de la pisada o el deterioro del material del calzado que demanda una renovación. También, mediante apps, se puede conocer la historia del modelo de zapato, la cantidad de pares que se fabricaron o cómo se distribuyeron.

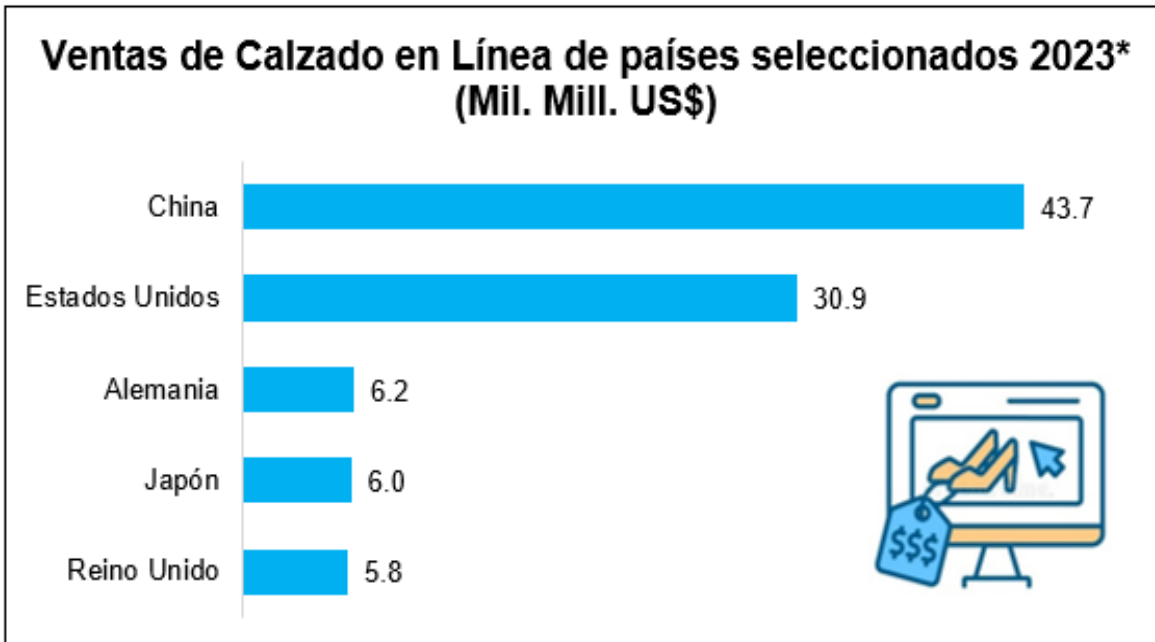
En esta apuesta de la incorporación de la tecnología al calzado son importantes las alianzas que establecen las marcas con *startups* y empresas de base tecnológica especializadas en *smart clothing* (2).

Además, luego de la pandemia, los consumidores están ansiosos por volver a centrarse en sí mismos y las marcas pueden ayudar con esta tendencia, permitiendo al consumidor la co-creación y que vote por el cambio junto a las marcas.

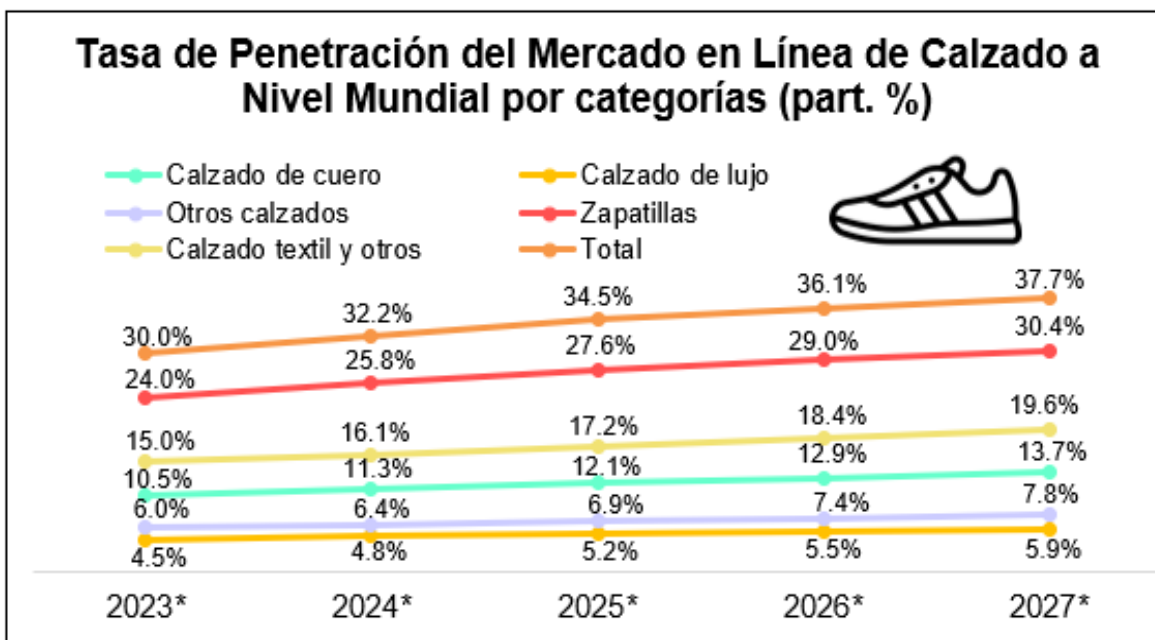
(2) Las smart clothes se refieren a ropa con componentes electrónicos incorporados para la recolección y procesamiento de datos.



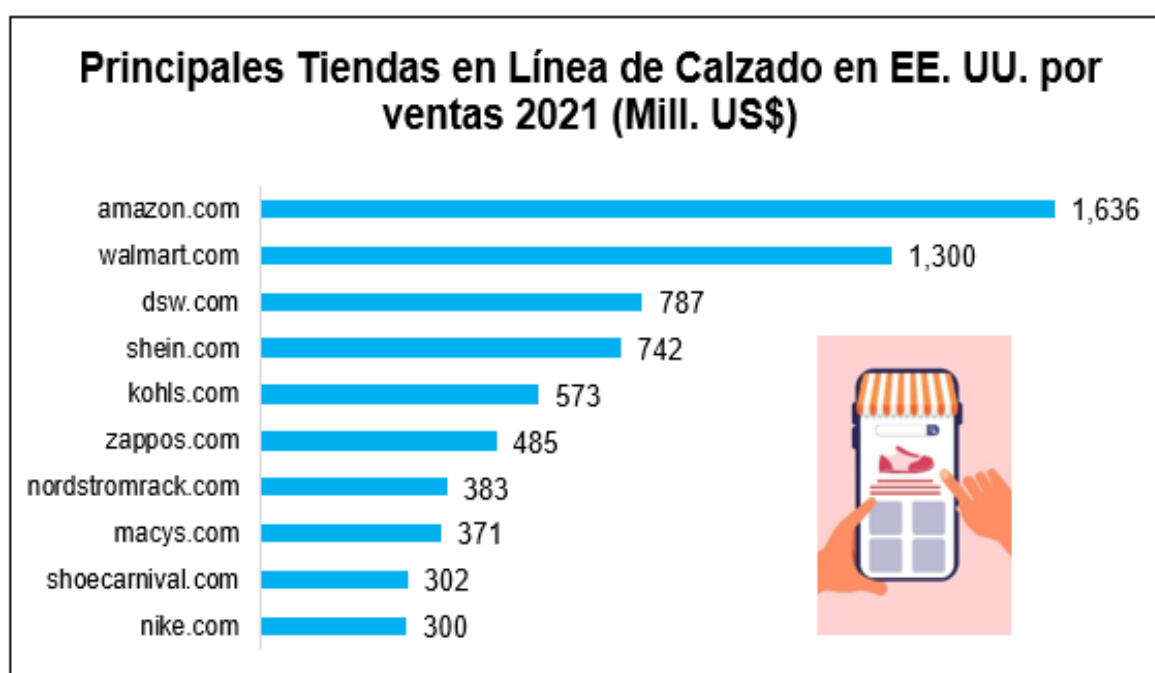
Fuente: Statista



Fuente: Veritrade



Fuente: Statista



Fuente: Statista

*Estimaciones. Se considera el impacto del conflicto Ucrania-Rusia.

3. Sostenibilidad

La industria del calzado busca impulsar diseños amigables con el medio ambiente, integrar soluciones que estén orientadas a reducir la huella de carbono, incrementar la compatibilidad con el reciclaje y prescindir de los materiales altamente contaminantes. Se estima que al cierre del 2023, el 5,2% del calzado mundial sea sostenible. En esta línea, se proyecta que su participación crezca al 6.7% en el 2026.

En el caso del calzado casual, se aprecia un giro hacia los clásicos atemporales por la revalorización de productos de calidad duraderos, resultado del mix de conciencia de consumo responsable y la vuelta del concepto de “un par de zapatos que vaya con todo”.

La marca Vans ha impulsado la línea UltraRange VR3, que es fabricada con una combinación de materiales sustentables, de origen responsable y con materiales reciclados que constituyen al menos un 30% del producto. Entre los principales componentes se pueden encontrar el algodón, cuero, caucho y poliéster. Además, cuentan con una plantilla hecha con un 70% de espuma derivada de aceites de origen vegetal.

En el caso de Loly In The Sky, marca mexicana, trabajan con artesanos locales y utilizan materiales amigables con el medio ambiente, y que, además, sean libres de crueldad animal. Por su parte, la marca Toms ha impulsado un programa que le permite destinar un tercio de sus ganancias a organizaciones comunitarias que están enfocadas en impulsar un cambio sostenible.

Para el segmento de calzado deportivo no solo es importante tener un calzado fabricado con tecnología de punto o telas livianas, transpirables y duraderas, sino que también tenga un impacto positivo en el cuidado del medio ambiente.

Reebok lanzó la zapatilla NPC UK Cotton + Corn, que tiene una capellada hecha 100% de algodón sobre una suela a base de maíz y con plantillas basadas en un material derivado del aceite de ricino.

4. Comercio electrónico

La creciente demanda de calzado a la moda, moderno y cómodo en todos los grupos de edad es un factor clave que impulsa la industria mundial del calzado. Entre los principales países con mayor penetración de venta en línea de calzado se encontraría China y Estados Unidos, con ventas estimadas por US\$ 43.7 mil millones y US\$ 30.9 mil millones, respectivamente en 2023.

Athleisure se ha vuelto más generalizado, ya que ha influido en la elección de calzado deportivo entre los padres *millennials*, los cuales visten a sus hijos con ropa y calzado deportivo. Es por ello que la categoría de mayor venta de calzado en línea serían las zapatillas, que cerraría el 2023 con un 24% de penetración del mercado y para el 2027 crecería con una participación de 30.4%.

En el caso de Estados Unidos, el principal mercado de ventas de calzado, Amazon fue la principal tienda en línea de ventas de calzado, alcanzando los US\$ 1.6 mil millones en 2021; seguido de Walmart, con US\$ 1.3 mil millones en el mismo año.

TE BRINDAMOS SOLUCIONES A MEDIDA

¡Asesórate con los expertos en comercio exterior!

Más información **AQUÍ**

ADEX CONSULTING