
EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA PARA CALZADOS

Fuente: CBI (www.cbi.eu)

Traducción libre del original



Mayo 2009

Sumario

El presente estudio trata sobre todo tipo de calzados, excluyendo a los calzados de seguridad y las botas de esquí.

Consumo

La Unión Europea es el mercado más grande para calzados, muy por delante de los Estados Unidos de América, representando un tercio del valor del mercado mundial. El mercado fue dominado por cinco países, los cuales abarcaron el 72% del total del consumo en la UE.

Producción

La UE ha sido tradicionalmente un proveedor importante de calzados de alta calidad hacia los mercados mundiales. Sin embargo, la producción de altos volúmenes de ítems han sido sujetos de outsourcing principalmente de Asia.

Canal de distribución

La mayoría del calzado es proveído en la mayoría de los países de la UE a través de una ruta de distribución especializada, la cual va del fabricante al importador/mayorista y de éste al vendedor minorista. Este canal es el más relevante para los exportadores en los países en desarrollo.

Importaciones

La UE es el importador más grande de calzado, importando aproximadamente 25% más que el volumen de importaciones de Estados Unidos de América, el siguiente importador más grande. Alemania, Francia, Italia y el Reino Unido eran los más grandes países importadores y representaron el 60% del valor de importación de la UE.

Países en desarrollo

Los proveedores en volumen de los países en desarrollo fueron liderados por China, Vietnam, India, Indonesia, Brasil, Tailandia, Túnez y Marruecos.

Exportaciones

Italia sigue siendo el más grande exportador, abarcando el 19% del total de las exportaciones de la UE. Otros grandes exportadores de calzados de la UE fueron Alemania, y los países re-exportadores como ser los Países Bajos y Bélgica. Otros importantes destinos de las exportaciones extra-UE fueron Japón, Estados Unidos de América, Rusia, Suiza, Canadá y Hong Kong.

Introducción

El presente estudio de mercado trata sobre el mercado de calzados en la Unión Europea. El énfasis de este documento se da en aquellos productos que son de importancia para los proveedores de los países en desarrollo. Se destaca las oportunidades para los países en desarrollo. El presente estudio trata sobre los siguientes grupos de productos:

- **Según el usuario**
 - Calzado femenino
 - Calzado masculino
 - Calzado para niños

- **Según el tipo**
 - Calzado casual
 - Calzado formal
 - Calzado de noche
 - Calzado deportivo

- **Según el material (usado para estadísticas de comercio y producción)**
 - Calzado de cuero
 - Calzado de plástico o goma
 - Calzado de tela
 - Otros calzados (Ej.: calzado a prueba de agua y partes de calzado)

Consumo

La UE es el más grande mercado para calzados, muy por delante de los Estados Unidos de América, representando un tercio del valor del mercado mundial. En el año 2007, el consumo en la UE fue de €50.3 mil millones (2,1 mil millones de pares) con un promedio de gasto per capita de €101 o aproximadamente 4,2 pares. El mercado fue dominado por cinco países, los cuales abarcaron el 72% del total del consumo en la UE. Estos mercados fueron Alemania (17,3%), Francia (16,6%), el Reino Unido (16,3%), Italia (13,4%) y España (8,5%).

Desde el año 2004, las ventas en la mayoría de los 15 países subieron establemente, debido a que el calzado cada vez más se convirtió en una declaración de la moda entre mujeres y hasta en cierta medida para los hombres y los niños.

Los segmentos de mejor desarrollo fueron el de calzados casuales (bailarinas, botas), calzados deportivos (zapatos de lona) y calzados de noche. En adición, exageraciones como ser zapatos "cros", botas estilo "ugg", zapatos de baloncesto retro (Converse), zapatos respirables (Geox) y más ventas de tiendas de ropa al detalle han incrementado mucho de los mercados maduros de la UE.

Mientras que en los países orientales de la UE, al calzado formal le fue bien en el creciente segmento de la clase media, más mujeres trabajadoras y una rápida expansión de los centros comerciales.

En la temporada 2007/2008, las ventas de calzado disminuyeron significativamente en la mayoría de los países de la UE debido al incremento de los precios (inflación) y los altos impuestos anti-dumping en las importaciones baratas. La recesión económica y la creciente fatiga hacia la moda de desecho en algunos países han hecho que los consumidores cada vez más busquen el mejor valor para el dinero.

La incertidumbre económica dificulta predecir el futuro de las tendencias de crecimiento pero después de un periodo de relativa declinación o estancamiento, se espera que este mercado crezca de nuevo a partir del año 2010, estimulado por más estilos de calzado, los segmentos de calzados finos y lujosos en las emergentes clases medias en los países de orientales de la UE y los cambios continuos en la moda.

Producción

La UE ha sido tradicionalmente un proveedor importante de calzados de alta calidad hacia los mercados mundiales. Sin embargo, la producción de altos volúmenes de ítems han sido sujeto de outsourcing principalmente de Asia. Ahora 6 de cada 10 calzados en el mundo son producidos en China.

En el año 2007, el valor total de la producción de la UE fue de €15,5 mil millones comparados con €17,1 mil millones en el año 2003, con volúmenes que caen desde 849 a 639 millones de pares. Había un estimado de 13.502 empresas con 202.700 empleados en la UE. La mayoría de estos eran pequeñas empresas familiares que emplean menos de 20 personas.

Alrededor del 70% de la producción es calzado de cuero y la industria de calzado de la UE se concentra en el diseño, moda, calidad, comodidad y zapatos teñidos con vegetales para cumplir con las estrictas reglas medioambientales y competir con China, Vietnam e India.

Italia representa casi la mitad del total de la producción de la UE, siendo conocida por su artesanía y por su calzado de alta moda e innovador. España, Alemania, Portugal, Francia, Rumania y Polonia eran los otros productores líderes de la UE.

Dentro de los países orientales de la UE, los productores han sufrido por la competencia de Asia pero se han beneficiado del incremento de la demanda en los países vecinos.

Se espera que caiga el outsourcing en China por productores de calzados en la UE. Los continuos impuestos anti-dumping, la apreciación del Yuan y los salarios más altos incrementarán el precio de los calzados chinos. Los productores de calzados de la UE están ahora produciendo en países vecinos (outsourcing) que son más baratos, flexibles y pueden proveer pequeñas cantidades con tiempos más cortos.

Los productores de la UE se han enfocado más en el calzado innovador para los mercados emergentes en Rusia, China, Brasil, India y el Medio Oriente y han unido fuerzas para competir a nivel mundial.

Canales de distribución

La mayoría del calzado es proveído en la mayoría de los países de la UE a través de una ruta de distribución especializada, la cual va del fabricante al importador/mayorista y de éste al vendedor minorista. Este canal es el más relevante para los exportadores en los países en desarrollo.

Los países del Sur y Este de la UE continúan teniendo muchas tiendas de calzados pequeños y puestos en los mercados. Pero debido al crecimiento de grandes vendedores al detalle, su número está disminuyendo.

En los países del Medio y Norte de la UE, muchas tiendas pequeñas se han unido a un grupo de compra que negocia directamente con fabricantes (extranjeros).

En Francia, Alemania y el Reino Unido, también hay grandes vendedores al detalle que operan cadenas internacionales o tiendas franquiciadas. Se expanden rápidamente en los países orientales de la UE.

En el año 2007 hubo un estimado de 52.000 tiendas minoristas de calzados en la UE. El calzado al detalle se ha vuelto más diversificado. Los consumidores ahora pueden comprar calzados de muchas maneras, variando desde una tienda de calzados a una tienda deportiva en un hipermercado, tienda de fábrica o por Internet. Esta complejidad en la venta minorista de calzado ha afectado a la estructura de distribución.

Desde el año 2004 ha habido un continuo crecimiento de descuento en los vendedores minoristas de calzados. Pero la creciente importancia de la moda en el calzado ha resultado en una disponibilidad más amplia de calzados en otros tipos de tiendas, particularmente vendedores de ropa.

Importaciones

La UE es el más grande importador de calzado importando aproximadamente 25% más que el volumen de importaciones de Estados Unidos de América, el siguiente importador más grande. En el año 2007 las importaciones de calzado de la UE representaron 3,2 mil millones de pares con un valor de €26,6 mil millones.

Alemania, Francia, Italia y el Reino Unido fueron los más grandes países importadores y representaron el 60% del valor de importación de la UE.

Entre el año 2003 y 2007, todos los países de la UE incrementaron sus importaciones de calzado particularmente en los países orientales de la UE. En general, el total de importaciones de calzado de la UE se incrementó en este periodo en un promedio anual de 4,3% en valor y 9,9% en volumen debido a más importaciones de calzado barato.

Calzado con partes de cuero superior, formaron casi el 59% del valor de las importaciones de la UE (30% en volumen), las cuales crecieron de €13 a €15,9 mil millones entre el año 2003 y 2007. Dentro de este grupo de productos, el calzado para salir representó el 95%. El siguiente grupo más grande de productos fue el calzado con plástico o goma, el cual representó el 15% del total de las importaciones de la UE (39% en volumen), seguido del calzado con la parte superior de tela. Las partes del calzado (incluido dentro de otros calzados) representaron el 9% de las importaciones en el año 2007, debajo de 11% en el año 2003.

Países en desarrollo

En el año 2007 los países en desarrollo representaron el 42% (€11,2 mil millones) del valor total y el 71% (2.312 millones de pares) del volumen total de todas las

importaciones de la UE. Entre el año 2003 y el 2007, la participación de los países en desarrollo en el total de las importaciones de calzado de la UE se incrementó de 34% en valor y de 57% en términos de volumen.

Los proveedores en volumen de los países en desarrollo fueron liderados por China, Vietnam, India, Indonesia, Brasil, Tailandia, Túnez y Marruecos.

Los cuatro principales importadores (Reino Unido, Alemania, Italia, Francia) representaron el 62% (52% del volumen) de todas las importaciones de la UE desde países en desarrollo, arriba de 61% (debajo de 56% en volumen) en el año 2003. Las importaciones de los nuevos Estados miembros de la UE fueron valuadas en €572 millones (319 millones de pares) en el año 2007, 5,1% del total en valor y 14% en volumen, con grandes incrementos de parte de Rumania, España y Dinamarca. Por otra parte, Hungría, Estonia y Lituania registraron caídas.

Las importaciones de la UE desde países en desarrollo se esperan que crezcan más allá. Los países de la UE que son particularmente interesantes para los productores desde los países en desarrollo son los Países Bajos, Bélgica, el Reino Unido y Alemania, así como también algunos de los nuevos Estados miembros de la Unión Europea.

Exportaciones

Las exportaciones de la UE se incrementaron entre el año 2003 y el año 2007 en un promedio anual de 2,5% en valor de €20,3 a €22,5 mil millones y 4,2% en volumen de 987 a 1,2 mil millones de pares principalmente debido al incremento en las exportaciones a los países en desarrollo y a otros países de la UE.

Italia sigue siendo el más grande exportador, abarcando el 19% del total de las exportaciones de la UE. Otros grandes exportadores de calzados de la UE fueron Alemania, y países re-exportadores como ser los Países Bajos y Bélgica. Otros destinos importantes de las exportaciones extra-UE fueron Japón, Estados Unidos de América, Rusia, Suiza, Canadá y Hong Kong.

Desarrollo de los precios

Precios del consumidor

Los precios de los calzados generalmente han estado incrementándose en una tasa por debajo del índice de todos los bienes del consumidor. En el año 2007, la inflación de los precios del consumidor de la UE27 era de 2,3%, mientras los precios de ropa y calzado se incrementaron en 2,4% y los precios de los calzados se incrementaron en 2,1%.

En el año 2008, la inflación anual del precio del consumidor de la UE27 era de 3,7% y los precios de los calzados se incrementaron solo en 0,2%. Sin embargo, el patrón en los precios de calzado estaba fluctuando en el año 2008. En los primeros meses, los precios del calzado cayeron en la mayoría de los países de la UE, excepto en Grecia, Rumania, Eslovaquia y los Estados Bálticos, teniendo una alta tasa de inflación.

Mientras que los incrementos del promedio de los precios del calzado en la UE promediaron alrededor de 0,5% en la estación de la primavera y 0,3% en el otoño. Esto quizás pueda indicar que los aranceles anti-dumping tienen algún efecto.

En los otros meses del año 2008, las disminuciones en los precios regulares han sido una característica del mercado del calzado durante las estaciones de ventas de invierno y de verano.

Requerimientos de acceso a mercados

Como un productor en un país en desarrollo preparándose para acceder a los mercados de la Unión Europea, debe estar al tanto de los requerimientos de acceso a mercados de sus socios comerciales y de los Gobiernos de la UE.

Los requerimientos son demandados a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en temas sociales, del medio ambiente, salud y seguridad del consumidor.

Usted necesita cumplir con la legislación de la UE y debe estar al tanto de los requerimientos no legislativos adicionales que sus socios comerciales en la UE pueden requerir. Algunos de los principales requerimientos que se deben cumplir son:

Embalaje

Entregas desde los países en desarrollo generalmente tienen que viajar lejos, entonces deben tener cuidado con el embalaje de los productos, particularmente con los cambios de temperatura, manejo brusco y robo. Los zapatos de cuero son usualmente empacados en cajas individuales por par con 12 a 18 pares en un cartón. Zapatos de plástico más barato y zapatos de tela son frecuentemente empacadas en bolsas plásticas o en masa. Los importadores quieren saber con anticipación como usted está empaquetando su cargamento.

Algunos importadores tienen requerimientos específicos acerca del embalaje. Por ejemplo, información acerca de la orden impresa sobre las cajas (número de orden, número de caja, nombre del departamento).

El uso de bolsas de DMF en el embalado

Dimethyl Fumarate (DMF) es un biocida usado para prevenir el crecimiento de moho, el cual puede causar deterioración del calzado de cuero durante el almacenamiento y el transporte, especialmente en un clima húmedo.

El DMF frecuentemente se coloca en pequeñas bolsas (blancas) que son agregadas a las cajas de calzado para mantener secos a los zapatos. Frecuentemente, las bolsas se ven similares a aquellas usadas para poner gel de sílice, un disecante inofensivo usado generalmente en productos de cuero. La presencia del químico Dimethyl Fumarate (DMF) en productos de consumo ha sido el culpable de causar daño a la salud.

Las tallas de los calzados

A pesar del intento de unificar las tallas de los calzados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), referido como sistema Mondopoint, todavía existen dos sistemas de tallas en la UE: el sistema de tallas continental europeo (o sistema de talla francés), la cual es usada principalmente. Y por otro lado se encuentra el sistema de talla inglés.

En general, las unidades de tamaños sencillas son comunes para el calzado de tela y de plástico, mientras que las tallas medias son generalmente para productos hechos de cuero o de cuero sintético.

Aparte de estas medidas también existen las relacionadas con el etiquetado, medidas anti-dumping, política anti-fraude, aranceles y cuotas.

Oportunidades para los exportadores en los países en desarrollo

Las mejores oportunidades para los exportadores en los países en desarrollo pueden ser encontradas en los calzados casuales hechos de materiales naturales, calzados amigables con el medio ambiente y calzados étnicos. Estos argumentos son menos afectados por la baja de la economía.

Debido a la cambiante población de la UE y la migración, la gente es más perceptiva. Usted puede introducir calzados cómodos o multi-funcionales basados en un concepto original de su país. Sin embargo, intente incluir estos elementos en las tendencias de moda estacionales.

Debido a la recesión económica, las oportunidades pueden ser encontradas en los nichos de mercado, por ejemplo calzados de talla muy grande, calzados especializados y calzados para uso en interiores. También hay oportunidades para calzados de moda en los segmentos dirigidos a los hombres y a los niños.

Las otras oportunidades pueden ser encontradas en el creciente segmento de los calzados de noche para mujeres (que trabajan), por ejemplo sandalias talonadas, alpargatas, mulos (zapatos con sujeción de talón), calzados de tacón cerrado por delante y destalonados, estilo vintage o estilo gladiador, todos los cuales deben ser cómodos para usar.

Como en la mayoría de los países orientales de la UE, el mercado del calzado continua creciendo, hay oportunidades en los segmentos económicos y medios del calzado.

Debido a que la industria del calzado de la UE busca formas de reducir los costos, habrá oportunidades creadas formando asociaciones de trabajo. La mejor forma de asociarse es probablemente con una empresa en la UE con un panorama similar al de usted.

Como punto en contra para los países en desarrollo, la marca de origen en una etiqueta como ser "Hecho en Italia" o "Hecho en Francia" se está volviendo ampliamente usada por los productores domésticos, ya que tiene un valor percibido más alto que un producto hecho en cualquier otra parte.

Fuentes fotográficas

- <http://www.splendicity.com>
- <http://askbeauty.files.wordpress.com>
- <http://www.nosolomusica.org>
- http://tucloset.files.wordpress.com/2007/02/converse-chuck-all-star-hi-red_125_823_40.jpg



Fuente: **CBI** (www.cbi.eu)



Traducción libre: **Lic. Claudia L. Lino C., Investigadora de Mercados**