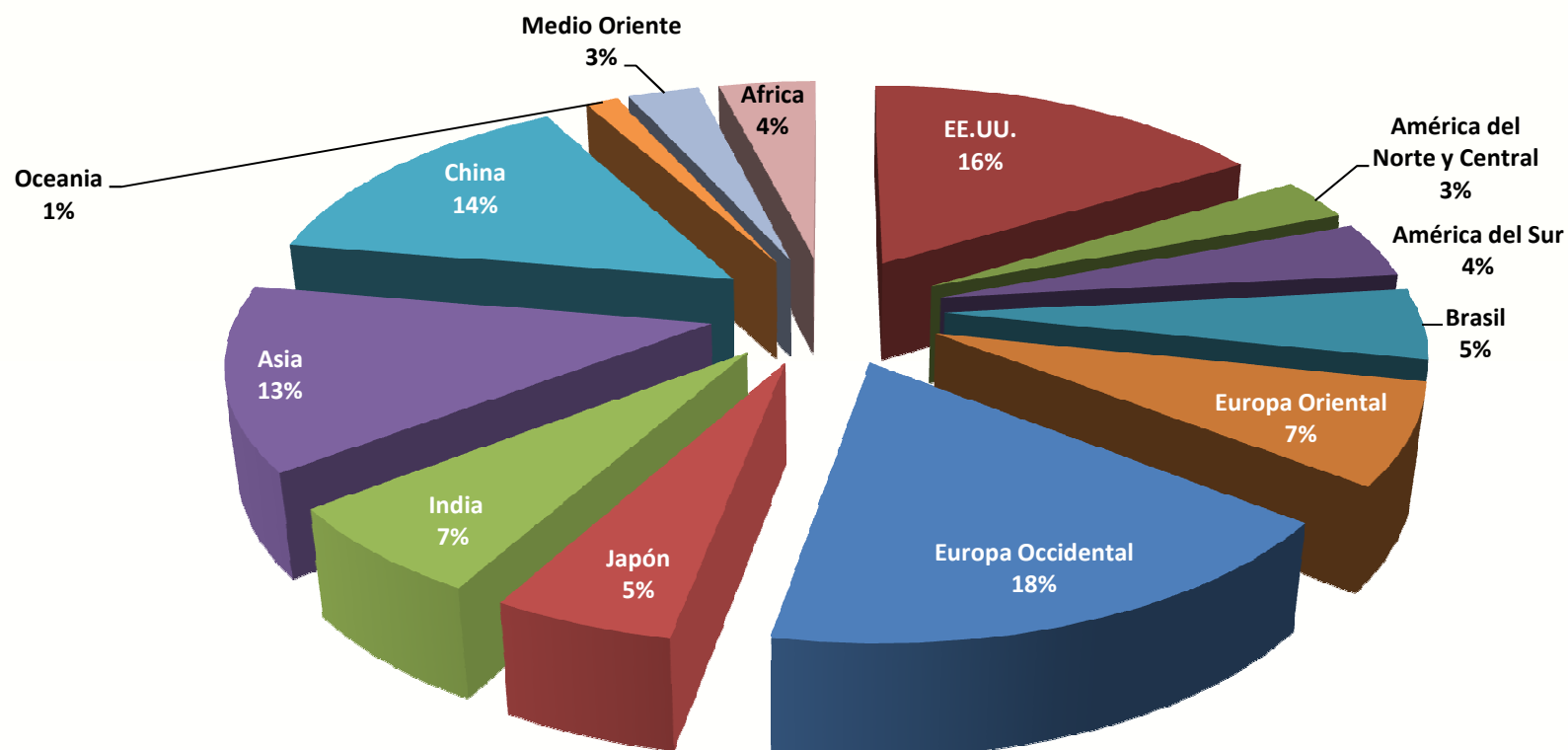


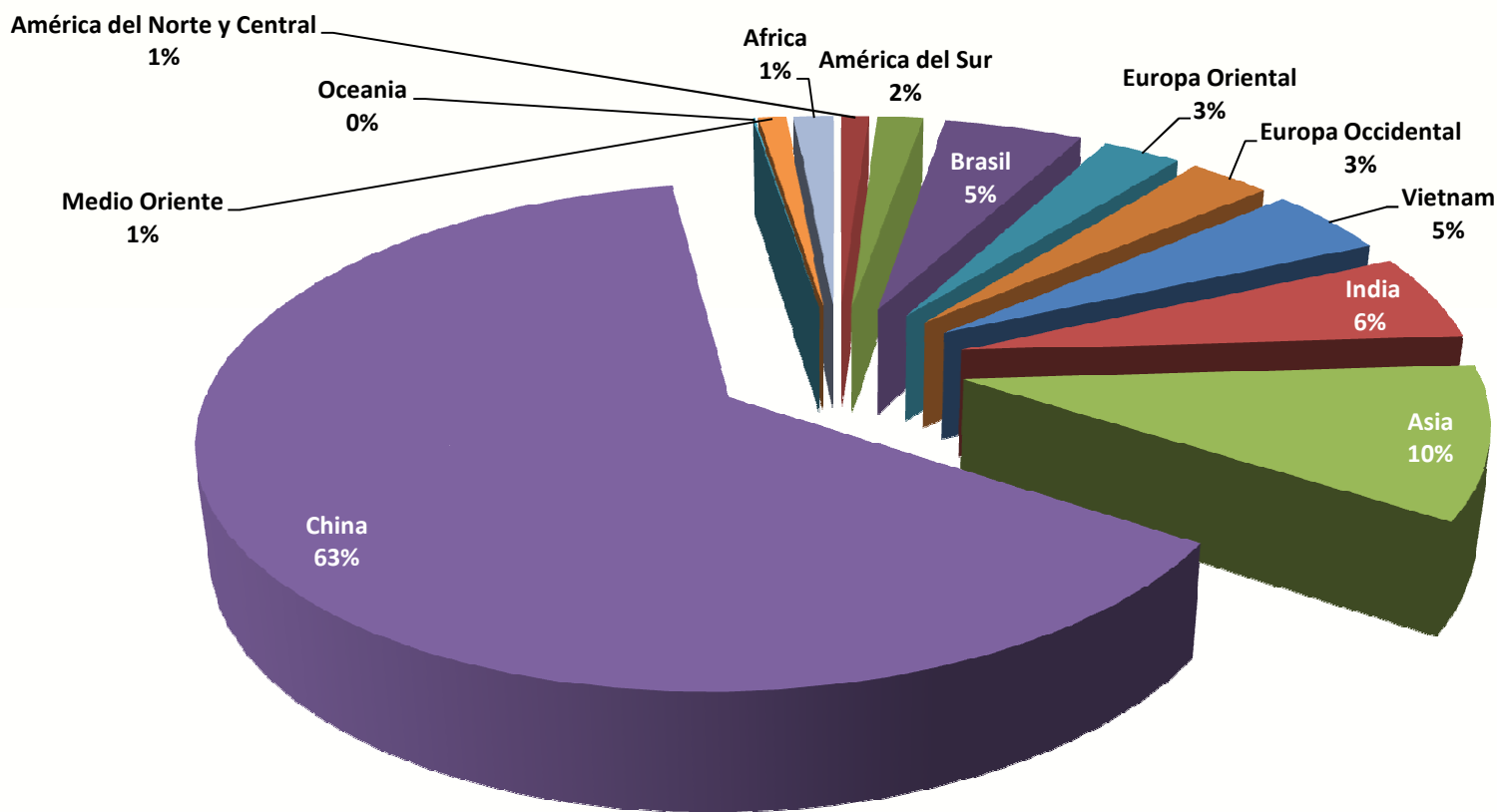
## La distribución regional del consumo de calzado en todo el mundo



Estudio Satra

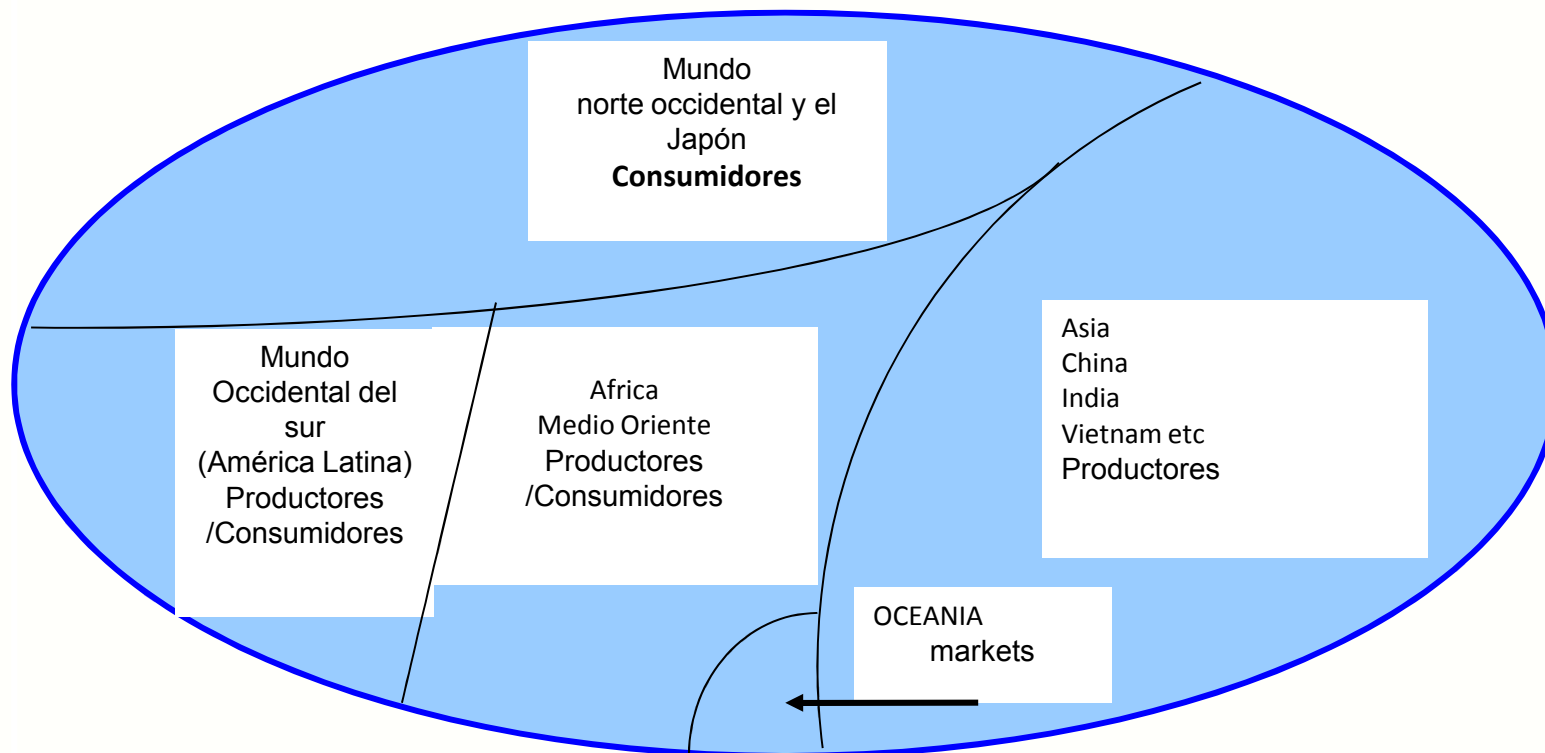
# Situación actual del sector calzado en el mundo

## La distribución regional de la producción de calzado en el mundo



Estudio Satra

## Situación actual del sector calzado en el mundo



- Un “Norte” del mundo, un Occidente, caracterizado principalmente por Estados Unidos y Europa, junto a Oceanía, que se afirma como mercado de consumo
- América Latina que consume e importa, pero que también produce lo que consume
- El “Sur” del mundo, entendido como Medioriente y África, mientras que el Oriente es sobretodo productor y está ahora comenzando a consumir significativamente.

# Situación actual del sector calzado en el mundo



- Factores precio: ligados esencialmente a las tradicionales ventajas del costo de la mano de obra, que incide en medida relevante sobre el precio del producto semi-terminado y final
- Factores no-precio (o imagen del producto) vinculados a la capacidad de crear moda, la tasa de innovación que el sistema está en grado de expresar y la capacidad de servicio hacia los potenciales clientes resulta hoy el rol determinante para ganar en los mercados evolucionados (flexibilidad, rapidez de respuesta, tiempos de entrega).

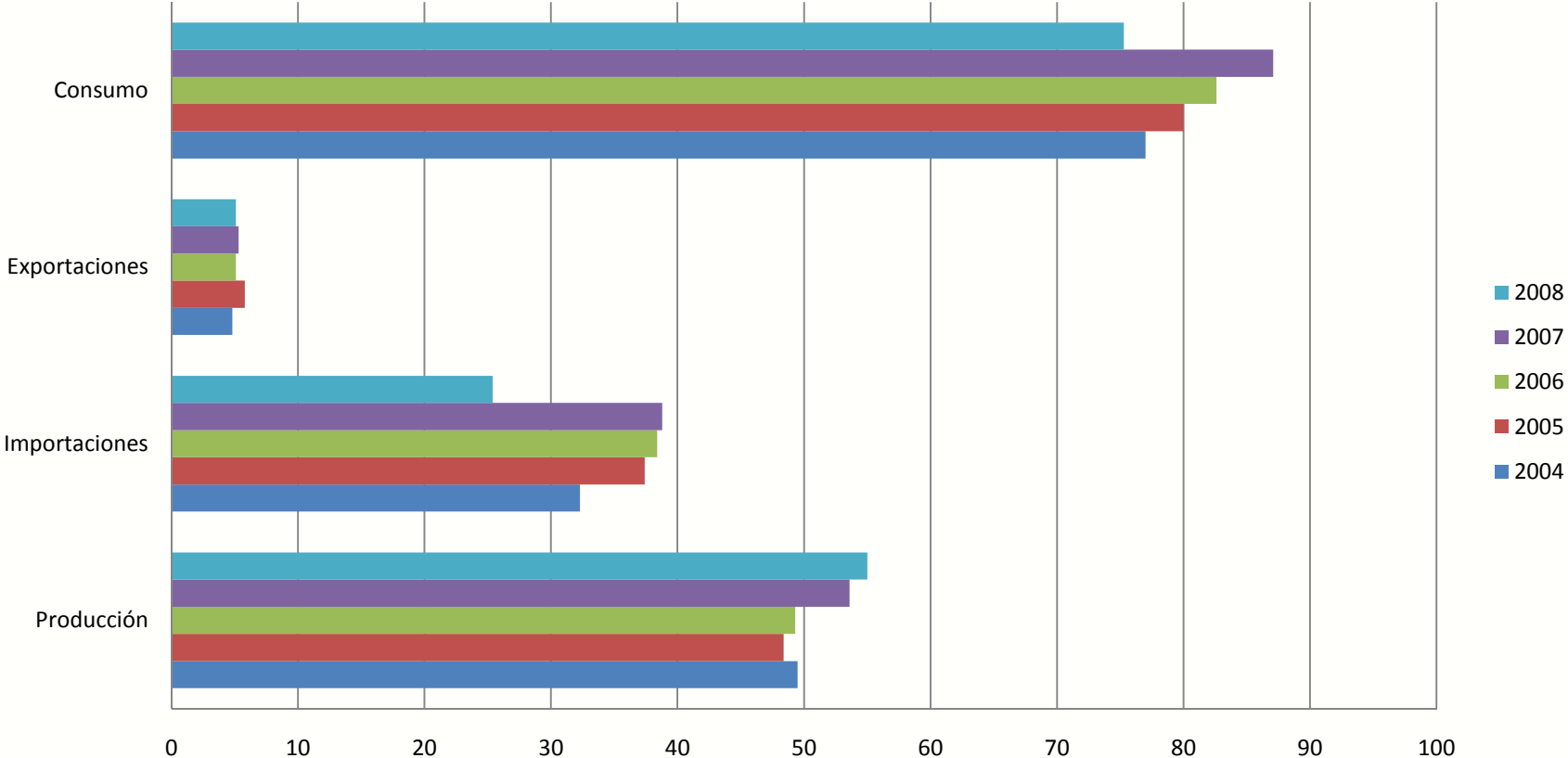
PVD (Países en vías de desarrollo)	PI (Países industrializados)	PI
INICIO	DESARROLLO	MADUREZ
- costo del trabajo	- especialización productiva - flexibilidad y adaptabilidad - racionalización - tecnología	- fama y tradición - imagen - moda - creatividad



# Análisis comparativa de Colombia con China, Brasil y Italia



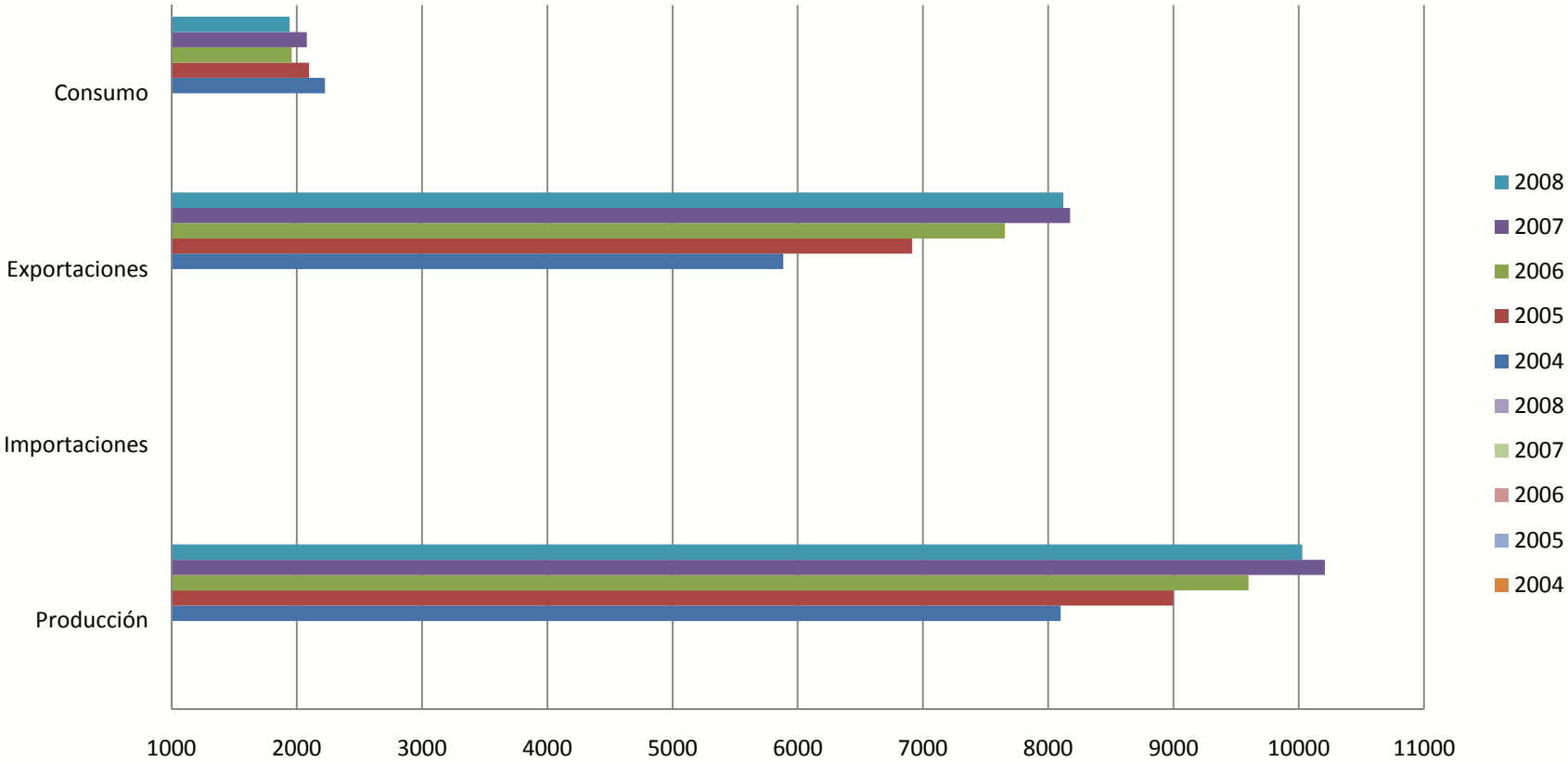
## Colombia (mln/pares)



# Análisis comparativa de Colombia con China, Brasil y Italia



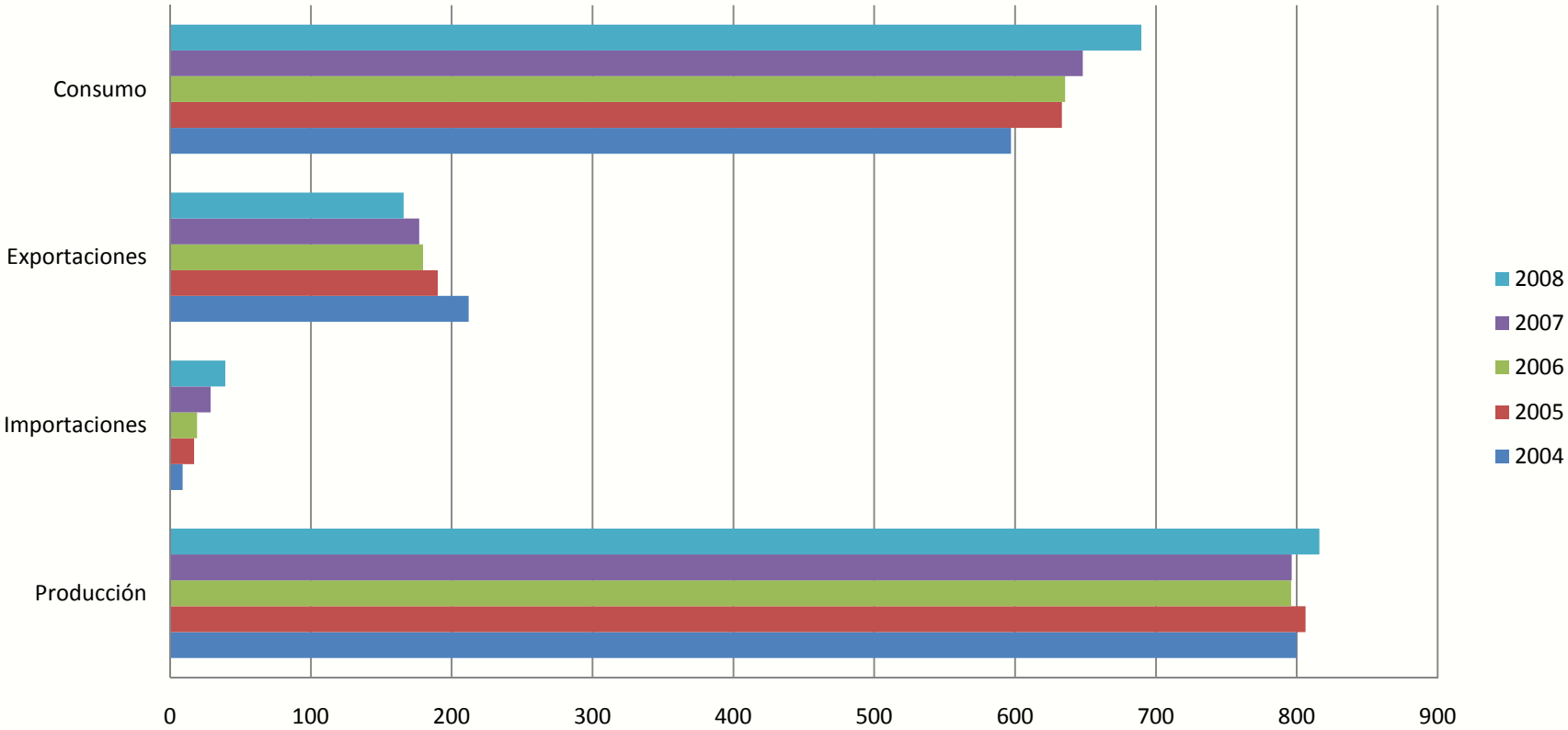
## China (miln/pares)



# Análisis comparativa de Colombia con China, Brasil y Italia



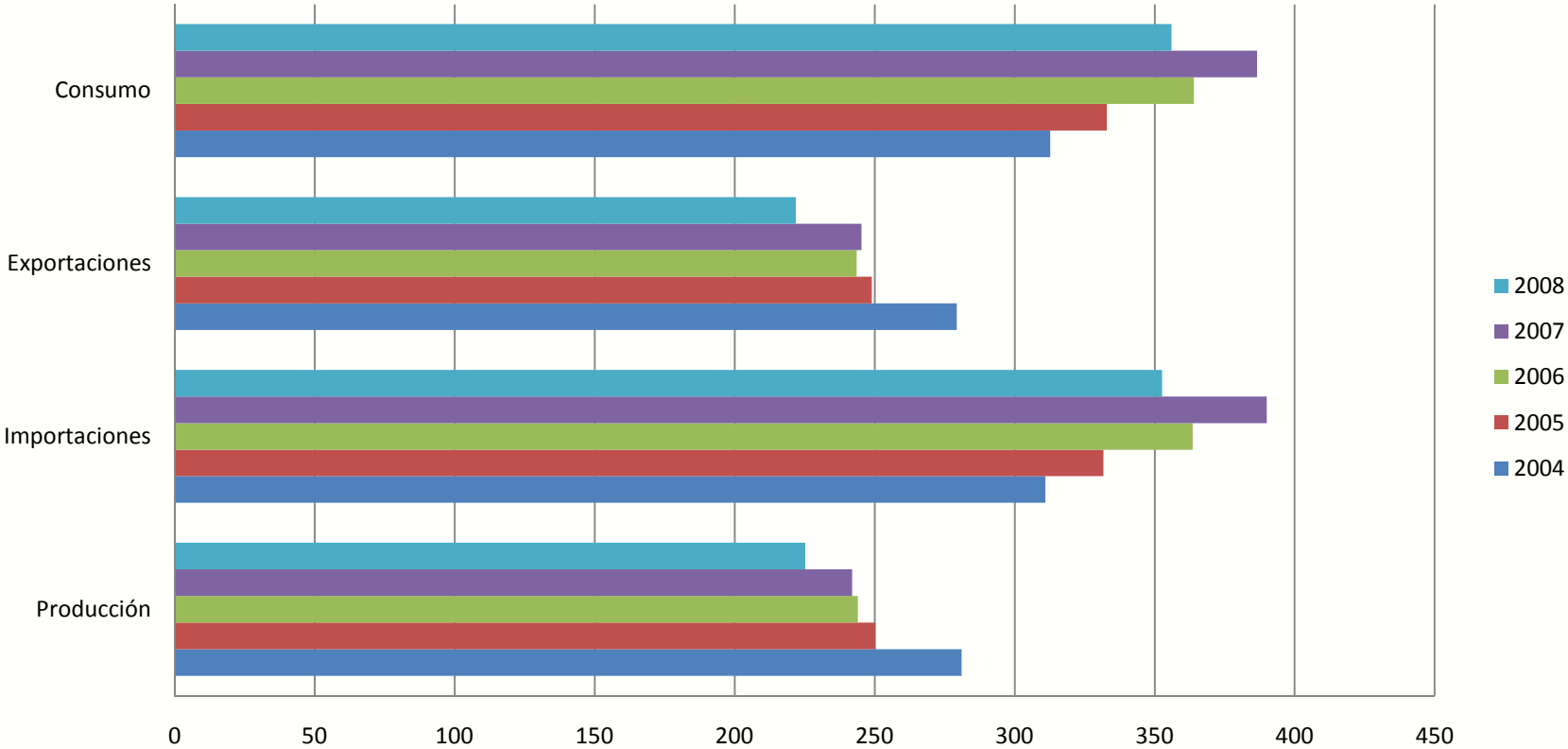
## Brasil (mln/pares)



# Análisis comparativa de Colombia con China, Brasil y Italia



## Italia (mln/pares)





## Situación actual del sector calzado en el mundo



### INICIO

- **Fase de precio**
- La fase inicial de China (para la exportación) y el presente en Colombia (para protegerse de las importaciones)

### DESARROLLO

- **Fase precio e imagen**
- La especialización productiva, la flexibilidad y la adaptabilidad, a través de una racionalización de la tecnología, como en China y Brasil en este momento

### MADUREZ

- **Moda, reputación y tradición**
- La imagen de la empresa y también del país de origen de la producción, en el contenido de moda y la creatividad, que es líder en Italia.

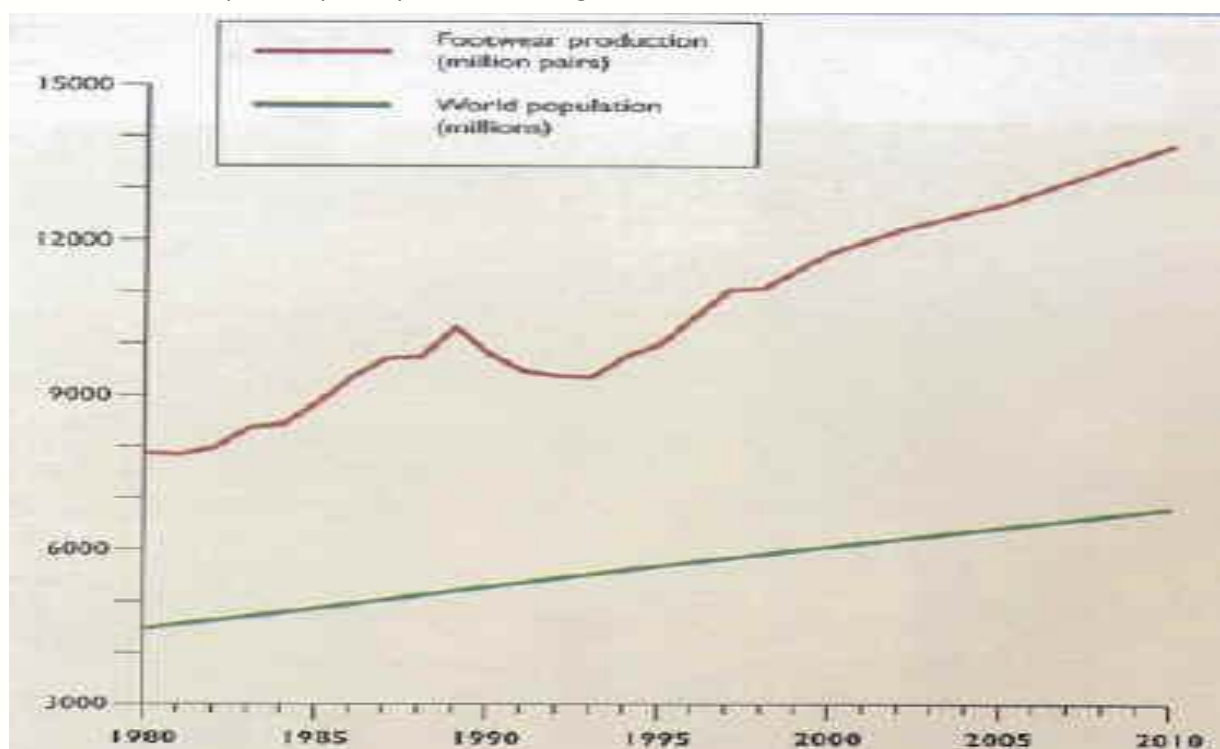


## El sector mundial del calzado 2011- 2020

<p>China es el productor mundial mas grande de calzado</p> <p>Sigan</p> <p>India , Indonesia , Tailandia, Vietnam y Paquistán</p> <p>Japón, Taiwán y Corea continuará disminuyendo.</p>	<p>Norteamérica es un gran mercado de consumidores</p> <p>Importaciones hasta al 96%</p> <p>El Centro y el Sur América son regiones volubles</p> <p>Por rápidos cambios económicos que influirán sobre el consumo</p> <p>Brasil y México permanecen entre los diez mayores productores</p>	<p>Europa occidental sigue siendo un gran mercado de consumidores</p> <p>Europa del Este: problemas económicos influncian el consumo y la producción</p> <p>Rumania y Polonia los principales productores</p>	<p>Crecimiento para Túnez, Turquía y Marrueco en cuánto fuentes de alimentación del sector del calzado para los países europeos</p>	<p>Una ligera caída de la producción en Asia, pero un aumento en el consumo y las importacione.</p>
---	--	---	---	---

# Población mundial y consumo

- ❑ La disminución mundial de la fertilidad y de la mortalidad continuará llevando a una población con un porcentaje más alto de ancianos.
- ❑ Es decir que esto influirá los modelos de consumo:
  - ❖ la población en crecimiento aumenta la demanda de productos de calzado; por otra parte existe una tendencia mundial según la cual el promedio anual de calzados adquiridos pro-capita aumenta ligera



## La importancia de la búsqueda de calidad y la imagen de marca

1. La imagen de marca para los productos y las sociedades se ha convertido en un factor de éxito cada vez más importante para las empresas de calzado
2. La tendencia social se dirige a una exigencia continua por bienestar y productos de calidad
3. Las empresas que se dedican a la investigación están creciendo fuertemente.
4. Se prevé una evolución de los productores OEM (Original Equipment manufacturers) hacia el productor de marca propia.

## El crecimiento del e-commerce

- ✓ Gracias a las mayores ventajas y a los gastos de gestión reducidos y al acceso a una base internacional de clientes es probable que el e-commerce tenga una influencia notable sobre las empresas tradicionales.
  
- ✓ Es necesario considerar algunas cuestiones para que el sector del calzado pueda maximizar las oportunidades ofrecidas por el e-commerce.
  - Por ejemplo, visualizar el calzado en una pantalla y mejorar la relación calzado-pie sin tener que probar el calzado.

## Temáticas ambientales y desarrollo de materiales alternativos

1. preocupaciones sobre varios materiales peligrosos ya prohibidos, como el PCP (pentachlorophenol), TBT (tributyltin) y los colorantes azoicos, están ejercitando una influencia significativa en la cadena proveedora.
2. El desarrollo de los materiales por otra parte estará orientado a proveer productos de alta “performance” para satisfacer la necesidad de comfort y de elevadas características prestacionales.
3. El tema del límite de los recursos hídricos deja prever un aumento del empleo de materiales que simulan el cuero
4. El tema del límite de los recursos energéticos orientará los procesos productivos hacia tecnologías ahorradoras de energía.

## Tendencias y perspectivas del sector a nivel mundial

---



[www.pisie.org](http://www.pisie.org)

