



Ficha Sector Calzado

Reino Unido

Abril 2014

Este documento ha sido realizado por
el Departamento de Bienes de Consumo de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Londres

ÍNDICE

1. MERCADO	3
2. DISTRIBUCIÓN	6
3. COYUNTURA Y TENDENCIAS DEL MERCADO	8
4. REVISTAS SECTORIALES	10
5. FERIAS, ASOCIACIONES Y WEBS DE INTERÉS	11

1. MERCADO

Tamaño del mercado (2013)

Valor del mercado británico de calzado en 2013 (Estimado):£8.700 millones

Fuente: "Footwear Retailing UK Julio 2013" Mintel

El tamaño de mercado de calzado en RU a precios corrientes (£m precio venta al por menor) 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012	% Variación 2008-12
Precios corrientes	7.219	7.519	7.662	8.035	8.392	16.2%
% variación año por año	-	4,2	1,9	4,9	4,4	

Fuente: Consumer Trends Q1 2013, National Statistics

Las ventas de calzado en el Reino Unido experimentaron un crecimiento durante el 2013 del 4,8%.

Entre el periodo 2008-2012 el mercado experimentó un crecimiento de 16,2% en términos de precios corrientes. En términos de valor, el crecimiento no ha sido consistente: las ventas cayeron en 2010 debido a la crisis económica pero han ido mejorando a partir del 2011 como consecuencia de la recuperación del consumo.

El mercado de calzado por sexo y por volumen (£millones y %) entre 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012	% Variación 2008-2012
Mujer	3.645	4.060	4.022	4.130	4.246	16.5
Hombre	2.130	2.076	2.322	2.451	2.598	22.0
Niño (hasta 15 años)	1.444	1.383	1.318	1.454	1.548	7.2

Como se puede observar en la tabla, el mercado de calzado mujer supone un 50.6% del total, el de calzado hombre un 31.0% y el de niño un 18.4%.

FICHA SECTOR CALZADO REINO UNIDO

Importaciones

Importaciones de calzado en 2013 (Capítulo 64): £4.077 millones
 Importaciones de calzado español en 2013 (Capítulo 64): £132,5 millones

Importaciones de calzado: Capítulo 64 millones de libras			
País	2011	2012	2013
1. China	1.189.324.916	1.239.011.984	1.306.850.193
2. Italia	320.522.104	333.454.479	384.405.625
3. Vietnam	319.291.568	320.603.212	354.546.442
4. India	255.812.879	235.111.764	266.331.994
5. Países Bajos	234.127.444	237.247.161	266.941.231
6. Bélgica	215.019.248	271.920.208	221.080.320
7. Indonesia	150.379.867	175.653.322	168.020.372
...
10. España	113.481.499	116.601.166	132.591.288
Total	3.746.570.820	3.904.957.321	4.077.196.292

Fuente: UKTRADEINFO

Importaciones de calzado de piel: Partida 6403 millones de libras			
País	2011	2012	2013
1. China	294.470.111	293.278.290	346.056.460
2. Italia	251.636.482	258.160.329	311.073.608
3. India	225.902.453	204.136.428	232.890.394
4. Vietnam	206.458.400	185.069.199	221.031.758
5. Países Bajos	143.407.855	139.473.505	153.453.406
6. Indonesia	106.609.619	115.109.438	110.331.301
7. Bélgica	117.895.127	142.424.167	92.238.776
...
11. España	85.780.021	89.726.208	103.441.164
Total	2.013.743.955	1.968.797.400	2.156.381.288

Fuente: UKTRADEINFO

Entre el periodo 2004-2008, algunos proveedores tradicionales como Italia perdieron cuota de mercado a favor de los países del sudeste asiático: China, Vietnam e India. Italia contaba en 1999 con una cuota del 20,13%, una cifra que se ha reducido hasta el 9,4% en el 2013.

Las importaciones procedentes de España, han aumentado un 14,4% entre el periodo 2011-2013 hasta alcanzar una cuota de mercado del 3,2%. Los Países Bajos y Bélgica aparecen en el listado de principales proveedores debido a las reexportaciones de calzado deportivo originario de Asia que las grandes empresas distribuidoras realizan a través de los grandes puertos comerciales de Amberes y Rotterdam.

La liberalización del comercio en la Unión Europea de 2005 estimuló las importaciones de calzado de piel procedentes de China, país que consiguió mejorar su posición tanto como proveedor de calzado en general como de calzado de piel. En el 2013, China seguía ocupando el primer puesto

con una cuota del 14% sobre las importaciones. En esta partida, destacan las importaciones procedentes de India que han aumentado un 25% lo que le sitúa en el tercer puesto tras Italia.

PRODUCCIÓN NACIONAL

Continúa el descenso en la producción nacional británica de calzado. Las últimas cifras publicadas hacen referencia a la caída entre el periodo 2013/1999. En 1999 se fabricaban 63 millones de pares en el país y actualmente se fabrican tan sólo 5 millones de pares.

2. DISTRIBUCIÓN

	2007	2012 (Estimado)
Minoristas	%	%
C&J Clark	11.9	11.1
Sports Direct	6.0	7.9
Marks & Spencer	7.0	7.1
JD Sports Fashion	5.4	6.6
Next	4.5	4.9
Kurt Geiger	2.4	4.2
Primark	1.9	3.9
New Look	3.3	3.8
Office	2.0	3.4
Schuh	2.1	3.2
Shoe Zone Group	3.4	3.0
River Island	2.7	2.9
Asda	2.5	2.8
Barratt Priceless	4.0	2.5
Dune Group	0.8	2.2
Brantano	2.2	1.9
Debenhams	1.3	1.8
Tesco	1.4	1.7

La distribución de calzado está muy fragmentada, con la entrada de tiendas no especialistas en calzado ganando cuota a las especialistas. En 2012, de los 10 principales operadores 6 no pertenecían al sector calzado: M&S, Sports Direct, New Look, Next, JD Sports Fashion y Primark.

La cadena Clarks mantiene su liderazgo a pesar de que en los últimos años ha visto reducir su cuota de mercado a favor de las cadenas Kurt Geiger, Office, Primark y New Look que ofrecen más diseño y una gran variedad de marcas, incluyendo sus marcas propias.

FICHA SECTOR CALZADO REINO UNIDO

La presencia de tiendas no especialistas (cadenas de confección y grandes almacenes) es también cada vez más fuerte. De acuerdo con el último estudio realizado por Mintel sobre el comportamiento de las consumidoras británicas, una de cada cinco mujeres compra el calzado en la misma tienda donde compra su ropa.

Una proporción importante de ventas se realizan en grandes almacenes que gestionan su sección de calzado a través de concesiones. Harrods, Liberty y Selfridges que han concedido la explotación de calzado a la empresa Kurt Geiger. Selfridges dedica un espacio 3.251 metros cuadrados a la sección calzado mujer donde se vende un total de 150 marcas y opera con una mezcla de franquicias de marcas de lujo y las concesiones de KG y Office. En el caso de Harvey Nichols y House of Fraser es el grupo Office quien mantiene las concesiones. En Debenhams es la empresa Shoe Studio (grupo Dune).

Las grandes cadenas de descuento como TK Maxx que está especializado en la venta de stocks de las principales marcas, y los supermercados, como Tesco o la línea George de Asda, han entrado en la venta de calzado y están aumentando su presencia considerablemente.

Venta online.- Según las últimas cifras del estudio de Mintel, en el 2012 el 10.5% del total de ventas de calzado se realizan online, y durante este periodo las ventas online se incrementaron un 19% con respecto al año anterior alcanzando la cifra de 843 millones de libras esterlinas. En este mercado tanto los operadores independientes como los grandes almacenes están invirtiendo constantemente en mejorar su presencia online y ofreciendo al consumidor cada vez mejor maneras de navegar, mostrar el producto .

Formas de entrada en el mercado

El acceso al mercado para los productos en el segmento alto y medio alto es a través de establecimiento propio o un agente comercial, no obstante, teniendo en cuenta la escasez de agentes, es preciso considerar la venta directa eligiendo el nicho adecuado y los clientes objetivos.

En el segmento medio/bajo el acceso es asimismo a través de establecimiento propio o alternativamente a través de importadores/distribuidores, sin embargo, es preciso tener en cuenta que en este segmento los productos españoles no son competitivos.

La venta online una opción si la página web está bien diseñada y muy bien posicionada, no obstante, es preciso recordar que los consumidores británicos están muy familiarizados con la compra online y esperan pagar el precio que ven en la web, esto implica que los gastos de envío deberían estar incluidos.

3. COYUNTURA Y TENDENCIAS DEL MERCADO

En los últimos años el número de competidores en el mercado ha aumentado, ya que las grandes cadenas de moda han introducido el calzado en su oferta. También los outlets o cadenas de descuento están incrementando su presencia, y compiten junto con los supermercados por el segmento bajo y medio/bajo del mercado, el cual presta más atención al precio que a la calidad del calzado que adquieren.

Por otro lado, para el segmento medio/alto y alto del mercado, la calidad, el confort y el factor diseño son atributos determinantes. Es en este segmento donde el mercado ofrece las mejores oportunidades, ya que aumenta el número de consumidores dispuestos a pagar una prima en el precio por calzado de marca y con estilo.

En definitiva, la polarización del mercado británico del calzado va en aumento y se ha convertido en su rasgo distintivo: la fortaleza de las cadenas de descuento y supermercados en el segmento bajo se compagina con el auge de las marcas de moda en el segmento alto.

Tendencia “Made in Britain”

La celebración de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos en Londres en 2012, las celebraciones del 50º aniversario de la Reina en 2012, y el nacimiento en julio de 2013 del futuro heredero al trono, el príncipe Jorge, son los acontecimientos que han motivado al público británico para celebrar su patriotismo. Ha sido a través de estos eventos, que los productos “made in Britain” han conseguido convertirse en una tendencia de moda en sí mismo.

El calzado fabricado en el Reino Unido es cada vez más popular entre el público nacional y en el extranjero, debido a la capacidad de identificar los proveedores en toda su cadena de suministro, una conciencia social de fomentar el crecimiento de las industrias locales y a la vez impulsar el empleo local.

Según la asociación de calzado BFA, las fábricas ubicadas en Northamptonshire que fabrican calzado de caballero de alta calidad, hecho a mano, son el eje de la industria británica de fabricación de calzado.

En los últimos dos años se han establecido tres nuevas fábricas de calzado en el Reino Unido. La empresa Gina, especializada en calzado de fiesta de mujer que se encuentra en el segmento lujo, tras un periodo de fabricación en el Sudeste asiático, trasladó su fabricación a Londres, su lugar de origen, en Septiembre del 2011.

Tendencias de moda en calzado

El sector calzado está muy ligado a la moda, y por lo tanto sufre las mismas fluctuaciones de marcas que aparecen y desaparecen en función de las tendencias de moda en cada momento.

Aunque las mujeres son las principales seguidoras de la moda, los hombres están cada vez más interesados en las últimas tendencias. Las tendencias de pasarela para el Otoño/Invierno 2013 han marcado las principales tendencias para la temporada actual. Una de las tendencias clave es el cruce entre calzado de hombre y el calzado de mujer, con una cierta filtración del look andrógino en ambos sectores.

Una de las tendencias actuales de este sector es que el calzado mujer está adoptando estilos y diseños tradicionalmente más masculinos como las deportivas y botas 'grunge', y como contrapartida, el calzado masculino se está acercando a estilos más femeninos como los mocasines, las abarcas, zapato náutico y plataformas. Ambos géneros están adoptando un estilo más unisex.

Redes sociales

Se espera que la evolución de los medios sociales tales como Twitter, Instagram y Pinterest, van a contribuir a un mayor conocimiento de las marcas. Las redes sociales ya son populares entre las grandes marcas y campañas de publicidad online, ya que permiten llegar a un mercado de consumidores mucho más amplio. Un segmento que se beneficia en especial es el calzado de moda joven, que se compra en gran medida por usuarios jóvenes quienes a su vez están muy familiarizados en el manejo de estas herramientas.

Aplicaciones de Smartphone ("apps") también están permitiendo que los consumidores y los minoristas tengan una relación virtual mientras está en movimiento.

4. REVISTAS SECTORIALES

Drapers

www.drapersonline.com

Tel +44 (0)20 7728 5000

Email: sara.white@emap.com (publicidad)

Footwear Today

Tel +44 (0)1622 687031

www.footweartoday.co.uk

Leather International

Tel +44 (0)20 8269 7700

www.leathermag.com

5. FERIAS, ASOCIACIONES Y WEBS DE INTERÉS

No existe una feria monográfica para el sector de calzado que aglutine a las empresas de todos los segmentos como por ejemplo las que existen en Italia o Alemania. A continuación mencionamos las ferias más relevantes:

FERIAS

Pure London (Olympia-Londres, Febrero/Agosto)

Principalmente es una feria del sector confección del segmento medio/alto, con contenido de moda/tendencia. También exponen marcas de calzado y complementos como bisutería, bolsos etc

Tel +44 (0) 207 520 1541

www.purelondon.com

Moda UK (NEC Birmingham, Febrero/Agosto)

Principalmente feria del sector confección del segmento medio. También exponen marcas de lencería, calzado y complementos

Tel +44 (0) 7917 628973

www.moda-uk.co.uk

Platform London (The Westbury Hotel-Londres (Feb/Julio)

Nueva feria del sector calzado dirigida al comprador de calzado de marcas españolas, francesas e italianas con agente en el mercado. Celebró su primera edición en el enero de 2014.

Organizador: Gerard Levy (Agente de varias marcas españolas de calzado)

Tel +44 (0) 0207 704 0860

www.platformldn.co.uk/home/4580841855

Kensington Shoe Event (Marzo/Septiembre)

Feria del sector calzado que se celebra desde el año 2001 dirigida al segmento medio y medio-alto con presencia de marcas españolas e italianas con agente en el mercado.

Organizador: Renato de Angelis (Agente que ha representado a varias firmas españolas de calzado en el pasado)

Tel +44 (0) 207 937 7618

www.thekensingtonshoevent.co.uk

ASOCIACIONES

British Footwear Association (BFA) www.britishfootwearassociation.co.uk

Independent Footwear Retailer Association (IRFA) www.shoeshop.org.uk