



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado de Calzado en México

## Octubre 2016

Este estudio ha sido realizado por  
Leo Cuenca Hernández, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en México

## EL MERCADO DE CALZADO EN MÉXICO

La industria del calzado a nivel internacional está dominada por los países asiáticos, principales productores y exportadores. México cuenta con una tradicional industria del calzado localizada fundamentalmente en el Estado de Guanajuato -y, en menor medida, en Jalisco- que está mostrando signos de recuperación en los últimos años gracias a medidas proteccionistas del Gobierno para evitar la subvaluación en las importaciones de calzado.

México es el octavo productor mundial de calzado con aproximadamente 253 millones de pares producidos y su mercado interno alcanza los 330 millones de pares consumidos con un valor de más de 9.125 millones de euros. El mercado mexicano del calzado presenta un crecimiento constante en los últimos años tanto en volumen de pares comercializados como en valor de ventas que se prevé que continúe -si bien, más moderado- en los próximos años.

El sector en México presenta una balanza comercial deficitaria con unas importaciones de 80 millones de pares por un valor de 965 millones de dólares -con origen, mayoritariamente en China y Vietnam-, frente a unas exportaciones de 27,5 millones de pares -dirigidas principalmente a Estados Unidos- que ascienden a 552 millones de dólares y representan casi el 11% de la producción mexicana. Aunque siguen creciendo, las exportaciones de calzado se han desacelerado en los últimos dos años. En cuanto a las importaciones, entre 2014 y 2015 cayeron un 20% debido a la implementación de barreras no arancelarias para proteger a la industria local, entre las que destacan, la creación de un padrón específico para importadores de calzado y el establecimiento de precios mínimos para los productos importados. Otro factor que contiene las importaciones es la importante depreciación sufrida por el peso mexicano frente al dólar y al euro desde 2015 y que se prevé que continúe en los próximos años.

El 25% de la oferta está copado por marcas y fabricantes locales. Entre los 20 primeros operadores del mercado, sólo nos encontramos con las marcas del Grupo Inditex que, en conjunto, tienen un 0,6% de cuota de mercado.

Las marcas españolas de calzado son muy valoradas por el consumidor mexicano por el diseño y la calidad de sus productos. Muchas marcas españolas están llegando en los últimos años aprovechando el tirón de la moda española en México, tanto a través de tiendas propias ubicadas principalmente en centros comerciales (Camper), como a través de tiendas departamentales (Pikolinos, Panamá). El canal de tiendas multimarca también es relevante y cuenta con cadenas de zapaterías como Gran Vía, Grupo Piagui y Dicanco. Las ventas por internet presentan un importante impulso en los últimos años aunque todavía no están tan generalizadas como en España.