

Consumo de calzado en México

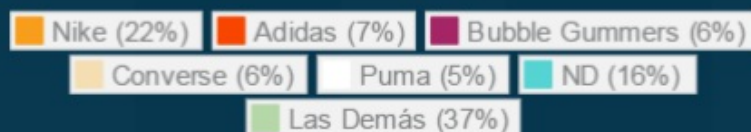
Línea: Infantil
Segunda Parte



Cámara de la Industria
del Calzado del Estado
de Guanajuato

prospecta

Participación por marca comprada



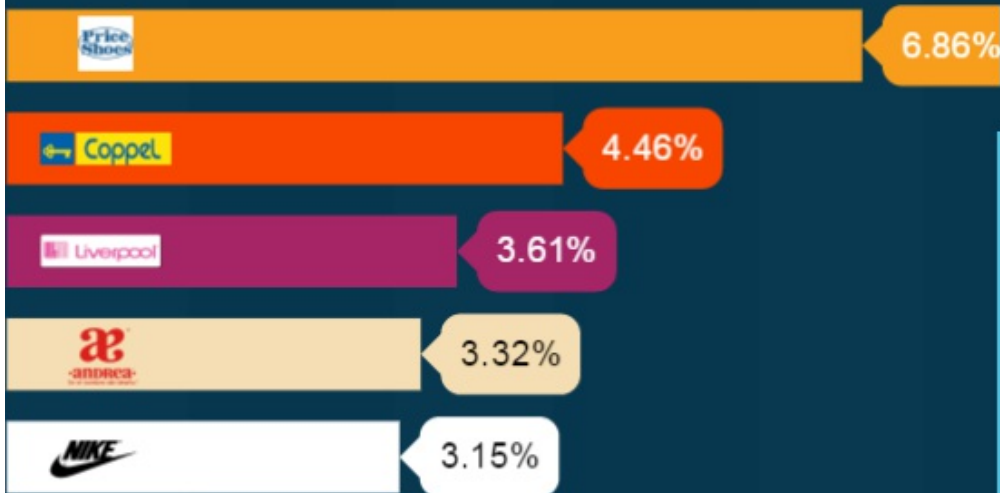
El 37.35% representado como "Las Demás" se encuentra pulverizado entre 110 marcas.

Destaca la participación de Nike, marca que domina casi un cuarto del total del consumo de calzado deportivo infantil, seguido por Adidas con tan sólo un 7% de participación.

Precios de las principales marcas compradas

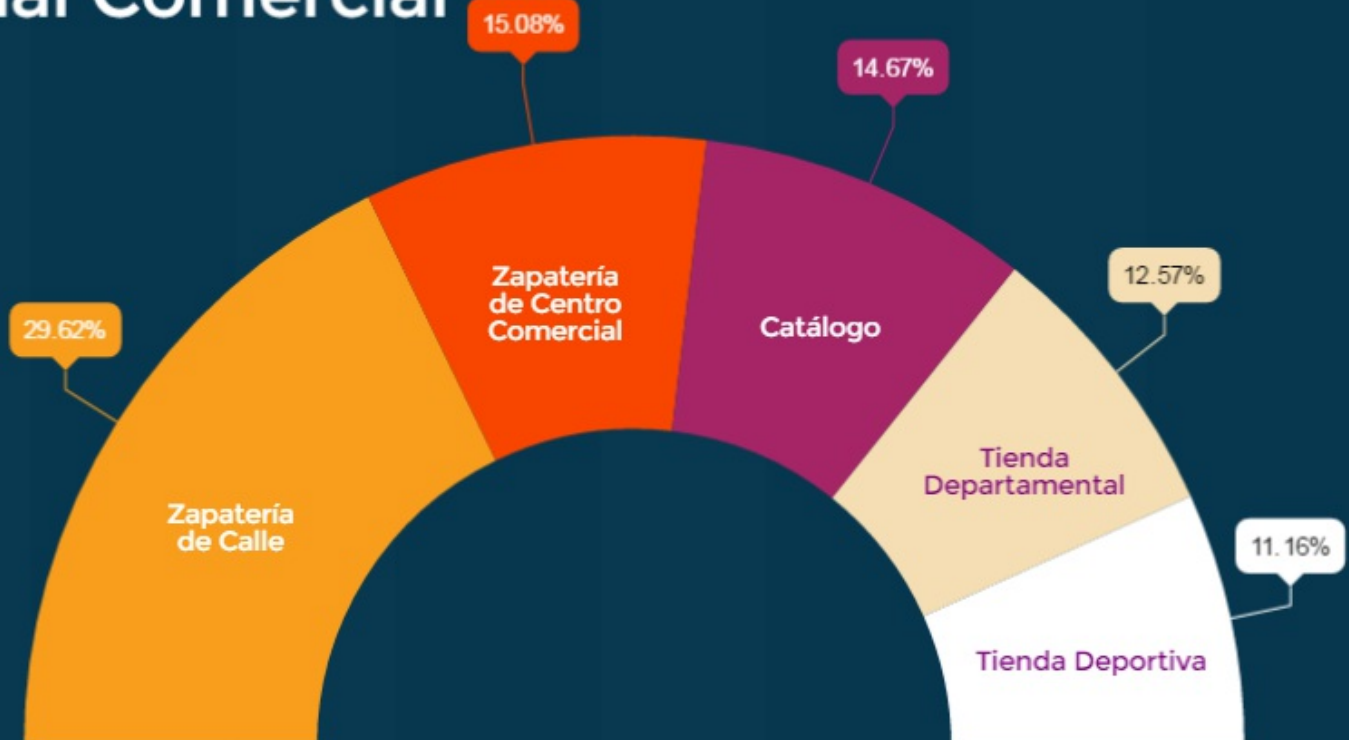


Top 5
Lugares
Compra de



De 2009 a 2013 esta línea de calzado tuvo un **incremento de 3.89%**, pasando de 10.44% en 2009 a 10.84% en 2013.*

Top 5
Canal Comercial



Participación por marca comprada

Dentro del 29% representado como "Las Demás" se encuentra considerada la participación de tan sólo 11 marcas, lo cual nos brinda un panorama de la poca competencia que existe en esta línea, sin embargo se debe considerar que dentro del total de calzado infantil consumido, ésta línea tan solo representa el 0.08%.

A pesar de lo anterior es notable la participación de Pirma, empresa mexicana que figura dentro del top 5 de marcas compradas, alcanzando un 7% de participación.



Precios de las principales marcas compradas

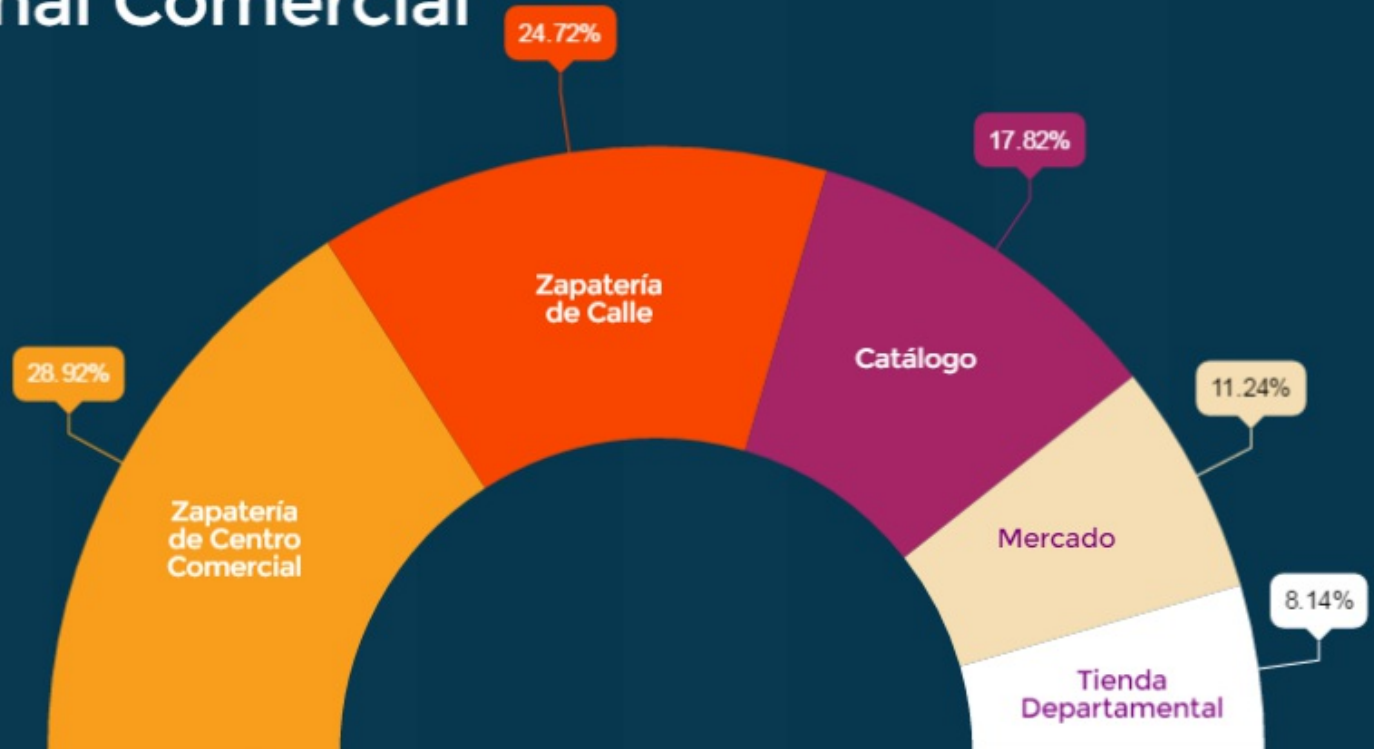


Top 5
Lugares
Compra de



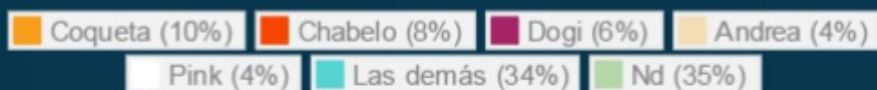
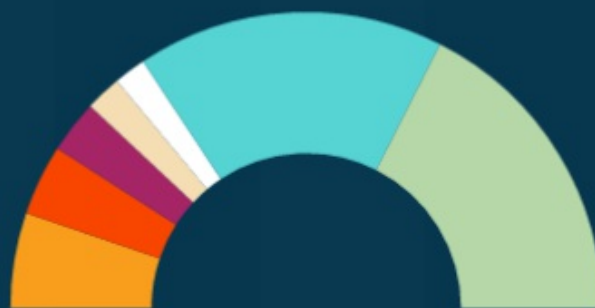
De 2009 a 2013 esta línea de calzado tuvo un **decremento** de **-39.4%**, pasando de 0.41% en 2009 a 0.25% en 2013.*

Top 5
Canal Comercial



Datos en base al Estudio de Consumo de Calzado 2013. CICEG.
*En base al total del consumo nacional (todas las líneas)

Participación por marca comprada



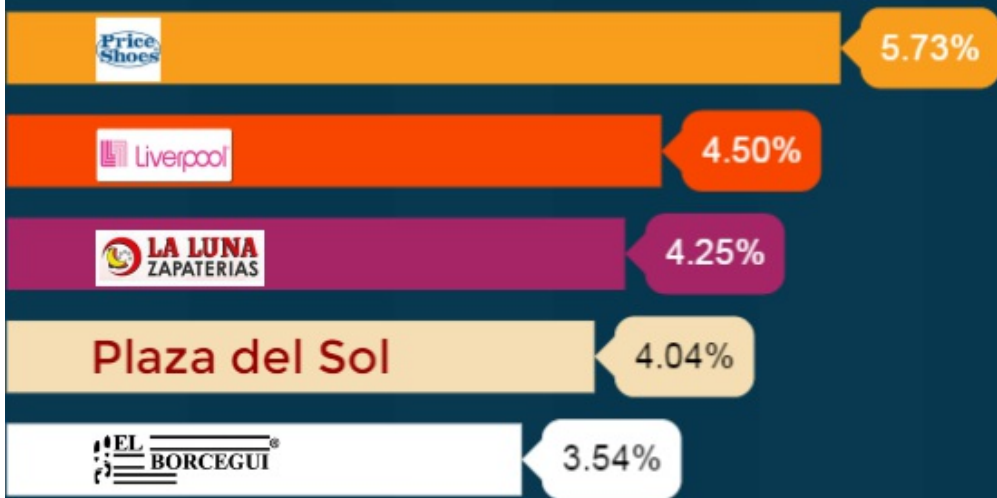
Dentro del 34% representado como "Las Demás" se encuentra considerada la participación de 31 marcas.

Los grandes ganadores en esta línea son Coqueta, Chabelo y Dogi, sin embargo es importante considerar que de manera general no existe un fuerte posicionamiento de marca, ya que el 35% no recuerda la marca de calzado comprada.

Precios de las principales marcas compradas

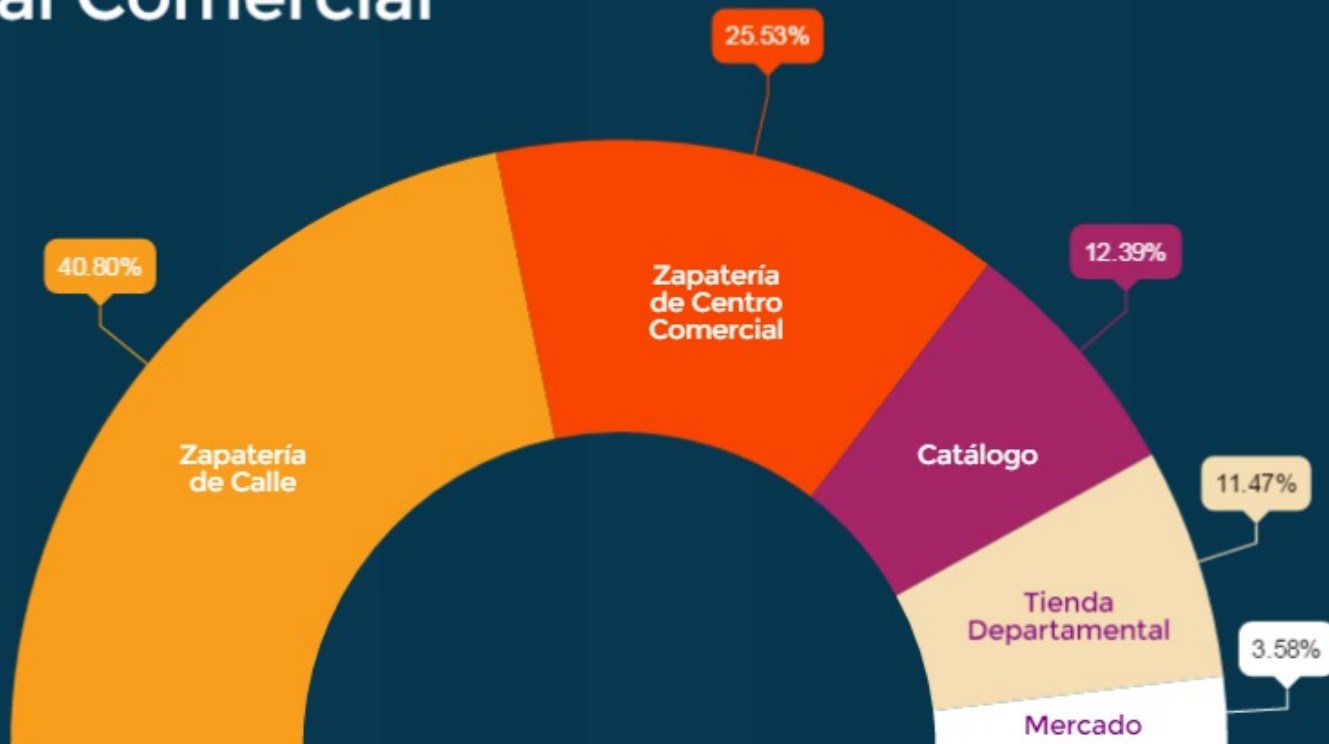


Top 5 Lugares de Compra



De 2009 a 2013 esta línea de calzado tuvo un **decremento** de **-54.17%**, pasando de 2.12% en 2009 a 0.97% en 2013.*

Top 5 Canal Comercial



Datos en base al Estudio de Consumo de Calzado 2013. CICEG.
*En base al total del consumo nacional (todas las líneas)

Conclusiones

El calzado infantil cuenta con una participación de aproximadamente 28% del total de pares consumidos a nivel nacional, sin embargo, únicamente recauda un 20% del valor total del mercado.

De manera general al considerar todas las líneas de calzado infantil, las marcas ganadoras son Nike (10.2%), Bubble Gummers (3.6%) Coqueta (3.5%), Adidas (3.4%) y Flexi (3.0%).

Por otro lado y haciendo referencia a los atributos que el consumidor considera como prioritarios en una marca al momento de tomar la decisión de compra, es interesante considerar que el precio no es uno de los principales (6.6%), sin embargo, los realmente prioritarios son la comodidad (42%) el diseño (30.2%), la calidad (13.9%) y en menor medida la moda (5.4%).

Así mismo, respecto a los canales de comercialización a través de los cuales se adquiere este calzado encontramos como los grandes líderes a la zapatería de calle (34.6%), zapatería de centro comercial (18.2%), el catálogo (15.3%), la tienda departamental (11.5%) y en menor medida la tienda deportiva (5.6%).



prospecta

www.prospecta.mx