



# Summaryo Informativo

La información más relevante sobre la industria del calzado

**Semana 23**

Economía  
Industria  
Innovación  
Internacional  
Tendencias  
Sustentabilidad

# LOS PRODUCTOS QUE MÁS COMPRAN LAS MUJERES

en América Latina

Los expertos en marketing en América Latina saben que las mujeres lideran el consumo. Que las mujeres suelen ser las que más influyen en las decisiones de compra de la mayoría de productos. Los estudios de mercado revelan que, a nivel mundial, las mujeres representan entre el 70 y el 85 % de las decisiones de compra. Las empresas que quieran llegar a este público objetivo deberían enfocarse en las necesidades e intereses de las mujeres.

## 1. Gastos del hogar: canasta familiar y bienes de consumo

- En México, las mujeres son las responsables del 86% del crecimiento del gasto en lácteos.
- En Colombia, las mujeres destinan 49 pesos de cada 100 a la compra de alimentos.
- En Brasil, las mujeres toman el 96% de las decisiones de compra en el hogar y destinan más del 20% de su renta personal al gasto doméstico.
- En Chile, el 79% de las mujeres señala que los productos de supermercado son los que más compra o adquiere.

1.



2.

## Belleza y cuidado personal

- Las mujeres en América Latina están comprando más productos de belleza y cuidado personal que nunca.
- En México, las ventas de fragancias y productos para la piel han crecido un 22,5% en los últimos tres años.
- En Chile, las compras de productos de cuidado facial han experimentado un "crecimiento dramático" desde 2021.
- Cada vez más mujeres están invirtiendo en su apariencia y bienestar.



3.

## Moda: ropa

- El segmento continúa creciendo. En México, el porcentaje de hogares que compran ropa para mujer ha aumentado del 55,3% en 2019 al 65,3% en 2023.
- Un estudio de BRAIN Inteligencia Estratégica (2023) encontró que al menos el 64% de los consumidores online brasileños (de los cuales el 66.7% son mujeres) compran ropa en marketplaces asiáticos como Shopee, Shein o AliExpress al menos una vez al mes.
- El perfil típico de este comprador es una mujer soltera de 29 años con ingresos aproximados entre \$ 8,356.00 y \$ 15,042.00 pesos mexicanos



4.

## Moda: Calzado

- El mercado de calzado en América Latina alcanzó un valor de US\$ 15,2 mil millones en 2023 (263,128.05 pesos aproximadamente) y se proyecta que llegue a US\$ 19,7 mil millones en 2032 (333,295.53 pesos aproximadamente).
- Uno de los principales factores que impulsa el crecimiento del mercado es el aumento del número de mujeres de clase trabajadora con mayor poder adquisitivo, que demandan calzado cómodo y estético para su uso diario.
- Cada vez más personas están comprando zapatos en línea, lo que se conoce como la tendencia del "e-fashion".



5.

## Videojuegos (especialmente juegos móviles)

- Brasil: según el reporte "Game Brasil", en 2024 las mujeres alcanzaron el 61 % de participación en consumo de juegos móviles.
- Argentina: se estima que un 50,6 % de personas que juegan en su celular son mujeres; la mayoría millennials de entre 25 y 34 años (26,7 %).
- Colombia: el 52 % de las mujeres ha tenido contacto con videojuegos en algún momento de su vida. De ellas, el 36 % se considera jugadora habitual (juega al menos tres veces a la semana).



6.

## Automóviles

- Las mujeres en América Latina generalmente son compradoras racionales y valoran los atributos relacionados con la seguridad y la conveniencia.
- En Brasil, el 71% de las mujeres tiene la intención de reemplazar su vehículo y la mayoría de ellas (64%) prefiere un automóvil en lugar de una motocicleta.
- En Argentina, las mujeres influyen en el 80% de las compras de vehículos.
- En Chile, el 42% de las compras de automóviles nuevos son realizadas por mujeres y el SUV es el tipo de vehículo más popular entre ellas (74%).



# Monitoreo económico mayo 2024 en Calzado

## PIB



Al primer trimestre de 2024, la economía mexicana creció.



El PIB en fabricación de calzado tuvo una variación anual negativa.

## Empleo



Guanajuato perdió 7 mil 587 puestos de trabajo en la fabricación de calzado durante el último año.



La capacidad instalada en la fabricación de calzado nacional fue de 52.5%

## Producción de calzado



Durante el primer trimestre de 2024, se estima que se han producido 44.84 millones de pares a nivel nacional

Más del 70% de la nacional

Guanajuato es el principal referente aportando 33.63 millones de pares.

↓ 1 mil 267 millones de pesos

↓ -5.07 millones de pares

## Salarios y remuneraciones



El salario promedio en la industria fue de 8 mil 292 pesos mensuales.



Las remuneraciones al personal ocupado en la fabricación de calzado fueron de 10 mil 107 pesos.

+ \$852.2 más que el salario mínimo.

## Evolución de la industria



La evolución del sector industrial representado por el IMAI (Indicador mensual de la actividad industrial) refleja una disminución anual en el sector de fabricación de calzado en el país.

## Comercio exterior



La balanza comercial en la fabricación de calzado fue negativa, ya que las importaciones superaron a las exportaciones por :

244 millones de dólares  
= 26.6 millones de pares

## NACIONAL: México consolida su posición como principal socio comercial de Estados Unidos



Los analistas consideran que uno de los principales motores de crecimiento para México en 2024 será el sector comercial, especialmente la relación con Estados Unidos.

[Nota completa aquí](#)

## INDUSTRIA: Conoce cómo acceder a los apoyos para el calzado

Lucía Alejandra Herrera Lozano, Directora General de Ciceg, explicó que hay una bolsa de 40 mdp de Gobierno del Estado, para la adquisición de materia prima, se busca apoyar la competitividad y productividad, así como mantener cerca de 11 mil fuentes de empleo.

[Nota completa aquí](#)



## ECOMMERCE: El 68% de los consumidores en México hacen compras a través de redes sociales



El 77% de las empresas que aprovechan el comercio social mejoraron sus ingresos de forma significativa, aunque cabe mencionar solo 29% lo utilizan con una escala global para comercializar sus productos.

[Nota completa aquí](#)

## MARCA: Vivobarefoot lanza su zapatilla más flexible hasta la fecha

La marca vivobarefoot lanza su calzado más innovador y flexible hasta la fecha: el Motus Flex RRP, una silueta de diseño técnico basada en un diseño minimalista.

[Nota completa aquí](#)



## INNOVACIÓN: Innovación tecnológica para diseñar sneakers



Creada a partir de la utilización de realidad aumentada y tecnología 3D, esta herramienta ofrece la posibilidad de crear modelos exclusivos mediante la selección de recortes y materiales, así como la personalización de elementos.

[Nota completa aquí](#)

## INTERNACIONAL: La moda a votación: ¿cómo puede afectar el 9J a la regulación del sector?

El sector está ahora más regulado de lo que lo ha estado en toda su historia, a través de diversas nuevas legislaciones, que van desde la Due Diligence, la ley marco de residuos o la norma contra el trabajo forzoso.

[Nota completa aquí](#)





Cámara  
del Calzado  
Guanajuato

GUANAJUATO  
GOBIERNO DEL ESTADO



GUANAJUATO  
200  
AÑOS DE LIBERTAD

Secretaría  
de Desarrollo  
Económico  
Sustentable



## Plan de **Impulso** para la **Competitividad** y **Productividad** del **Sector Calzado** en Guanajuato.

**Para continuar produciendo**

**\*\*NO, ESTE NO ES UN CRÉDITO**

### Atención Fabricante de Calzado

Tramítalo en la ventanilla, en las instalaciones de CICEG:

Blvd. A. López Mateos #3401 OTE,  
Fracc. Julián de Obregón, León Gto.

 Horario de atención a solicitudes: 9:00 a 15:00 hrs

 477 152 9000

[Mas información aquí](#)

 CentricSoftware

El crecimiento puede ser un desafío inesperado para tu marca.

Aquí te decimos cómo CROCS lo convirtió en algo positivo.

[VE EL VIDEO](#)

**TECH:** ¿Te imaginas reducir el tiempo de lanzamiento de tus próximas colecciones hasta un 50%?

[Conoce Más](#)

[Conoce Más](#)