

El calzado tiene un excelente porvenir en los países BRIC hasta 2022

Market Line ha publicado en enero un informe sobre la evolución del sector del calzado entre 2013 y 2022 en Brasil, Rusia, India y China

16.04.2019.- El informe de Market Line propone abundante información cuantitativa y cualitativa sobre el tamaño del mercado del calzado en los cuatro países BRIC. Entre otros aspectos, aborda:

- Las estadísticas fundamentales segmentadas.
- La evolución de cada uno de esos cuatro mercados.
- Sus actores fundamentales.
- El nivel de competencia dentro de cada mercado.
- Las perspectivas de aquí a 5 años del mercado del calzado en esos países.
- Abundantes comparaciones entre los parámetros de cada uno de los cuatro países.
- La evolución del mercado durante los cinco últimos años.
- El valor de cada mercado en 2017 y el que probablemente tendrá hasta 2022.
- Los factores que condicionarán su evolución.
- Los principales segmentos de producto en cada mercado.





Un mercado prometedor

- Los cuatro países BRIC analizados (Brasil, Rusia, India y China) tienen un consumo de calzado con un excelente crecimiento.
- En 2017 el valor total de su mercado alcanzó los 90.368,7 millones de dólares.
- El mercado indio fue el de mayor crecimiento, con un aumento agregado anual del 11,8% entre 2013 y 2017.
- China es el líder de los cuatro BRIC, con ventas por valor de 65.015,3 millones de dólares en 2017. Le siguen Rusia, Brasil e India con ventas de 11.426, 7.967,6 y 5.959,8 millones respectivamente.
- China será probablemente también el líder en 2022, con un valor de algo más de 106.000 millones. Le seguirán Rusia, India y Brasil, con valores de 14.086, 10.211,4 y 9.905,22 millones respectivamente.

Sugerencias a las marcas de calzado que quieran entrar en los BRIC

El informe de Market Line ofrece también consejos para las marcas que quieran penetrar o aumentar su presencia en esos mercados.

En la investigación de mercado previa a la entrada de una marca en esos países hay que identificar especialmente el tamaño del mercado, su índice de crecimiento, sus principales segmentos y los principales competidores.

Resulta especialmente aconsejable utilizar el análisis de las Cinco Fuerzas que trazó **Michael Porter** hace ya años:

- Amenaza de nuevos competidores.
- Amenaza de productos sustitutorios del nuestro.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los compradores.
- Nivel de rivalidad entre los competidores actuales.

+ Info: www.marketline.com

Fuente: [PINKER MODA](#) 16.04.2019