
Modaes

Back Stage

El Mapa de la Moda 2014 (VII): Los líderes de la industria del calzado

S. Riera
20 jun 2014 - 04:53

Séptima entrega de la edición de 2014 de la serie El Mapa de la Moda, un especial que Modaes.es elabora anualmente con el objetivo de convertirse en una guía para conocer cuáles son los principales actores del negocio de la moda en todo el mundo. Segmentado por sectores, El Mapa de la Moda es un documento de consulta para los empresarios, directivos y profesionales del negocio de la moda y de sus sectores auxiliares.

Patrocinado por la compañía logística Grupo Sevica, El Mapa de la Moda estrenó su edición de 2014 con una radiografía de las principales empresas del negocio de la moda en España por volumen de negocio y siguió desgranando a la industria con un análisis de los gigantes internacionales de la gran distribución de moda, los reyes del negocio internacional del lujo, los grandes almacenes y la moda urbana. A lo largo de las próximas semanas, todos los viernes Modaes.es abordará un nuevo segmento: calzado, moda infantil, industria auxiliar y cosmética y perfumería.

Cada capítulo figurará en Modaes.es como un artículo de análisis, para más tarde pasar a formar parte de un documento conjunto de consulta disponible en la tienda online de Modaes.es.

La industria del calzado está dominada por grandes corporaciones alemanas y estadounidenses. Lidera con comodidad este mercado la alemana **Deichmann**, que continúa en manos de la familia fundadora. Le siguen de lejos el grupo chino Belle International y el estadounidense **Wolverine Worldwide**, que siguen concentrando el grueso de su negocio en sus respectivos mercados locales.

Wolverine Worldwide ha arrebatado el tercer puesto a **Clarks** y roza los 2.000 millones de euros de facturación. La compañía británica, por su parte, a pesar de haber cerrado 2013 con un crecimiento del 5,5%, bajó un peldaño. Por otro lado, **Skechers** también ha adelantado a Columbia en el ranking. **Skechers**, a pesar de tener una sola marca, cuenta con una gran variedad de modelos que distribuye a través de varios canales. Columbia, en cambio, opera con varias marcas, todas del segmento outdoor, y tiene mucha penetración en el canal multimarca.

Deckers, por su parte, continúa impulsando su crecimiento gracias al tirón de **Ugg Australia**, que representa más del 80% de su cifra de negocio. Le sigue la compañía alemana **Wortmann Schuh**, que focaliza su negocio en Alemania y el norte

Modaes

de Europa. Por último, **Bata**, de la que sólo se conoce la facturación de su filial en India, y la estadounidense **Weyco**.

Modaes

Modaes



LOS GIGANTES DEL CALZADO

DEICHMANN

MARCAS Deichmann.
Licencias de Reebok, Adidas, Hello Kitty, Disney y Kappa
FACTURACIÓN 2013 4.600 M €
TIENDAS 3.500
SEDE Essen (Alemania)
OTROS DATOS Compañía familiar

BELLE INTERNATIONAL

MARCAS Belle, Teenmix, Tata, Staccato, Senda, Basto, JipiJapa, Millie's, Joy&Peace y Mirabell
FACTURACIÓN 2013 2.135,7 M €
TIENDAS 19.077 tiendas y córners
SEDE Hong Kong (China)
OTROS DATOS Cotiza en la bolsa de Hong Kong

WOLVERINE WORLDWIDE

MARCAS Merrell, Sperry Top-Sider, Stride Rite, Saucony, Wolverine, Hush Puppies, Sebago, Chaco, Harley-Davidson Footwear, Car Footwear, Patagonia Footwear...

FACTURACIÓN 2013 1.149,3 M €
TIENDAS 117
SEDE Goleta (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en la bolsa de Nueva York

CLARKS

MARCAS Clarks, Clarks Originals, k Shoe, Mary & Clarks
FACTURACIÓN 2013 1.928,3 M €
TIENDAS Alrededor de 1.000
SEDE Street (Reino Unido)
OTROS DATOS Compañía familiar

SKECHERS

MARCAS Skechers
FACTURACIÓN 2013 1.362,6 M €
TIENDAS 650
SEDE Manhattan Beach (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en la bolsa de Nueva York

COLUMBIA

MARCAS Columbia, Montrail, Mountain HardWear y Sorel
FACTURACIÓN 2013 1.240 M €
TIENDAS 170
SEDE Portland (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en la bolsa de Nueva York

DECKERS

MARCAS Deckers
FACTURACIÓN 2013 1.149,3 M €
TIENDAS 117
SEDE Goleta (EEUU)

WORTMANN SCHUH

MARCAS Tamaris, s. Oliver, Marco Tozzi, Caprice, Jana y AntiShokk
FACTURACIÓN 2013 1.010,6 M €
TIENDAS 253 tiendas y 592 corners
SEDE Detmold (Alemania)

BATA

MARCAS Bata, Baby Bubbles, Bubblegummers, Marie Claire, North Star...
FACTURACIÓN 2013 256,6 M € (sólo Bata India)
TIENDAS Más de 5.000
SEDE Lausana (Suiza)
OTROS DATOS Sólo cotiza en bolsa su filial en la India

WEYCO

MARCAS Florsheim, Numm Bush, Stacy Adams, Bogs, Rafters y Umi
FACTURACIÓN 2013 221,4 M €
TIENDAS 17
SEDE Milwaukee (EEUU)

OTROS DATOS Cotiza en la bolsa de Nueva York
 *Facturación en euros teniendo en cuenta el tipo de cambio

Modaes

1. DEICHMANN

El alemán Deichmann es el mayor grupo de distribución de calzado del mundo. La compañía, que en 2013 celebró su centenario, continúa en manos de la familia fundadora. El actual presidente de la empresa, Heinz-Horst Deichmann, es nieto del fundador. El grupo cerró 2013 con una cifra de negocio de 4.600 millones de euros, un 3,3% más que en el ejercicio anterior. La compañía vendió el año pasado un total de 167 millones de pares de zapatos, un 1,1% más que en 2012. **Deichmann** cuenta con una plantilla de 35.000 trabajadores y está presente en 24 países, entre ellos España, donde suma 31 tiendas. A pesar de la fuerte presencia internacional, Alemania genera todavía el 41% de las ventas del grupo. El año pasado, la compañía entró en Bosnia-Herzegovina y, para la primavera de 2014, Deichmann contemplaba entrar en el mercado ruso.

2. BELLE INTERNATIONAL

La compañía china Belle International es el principal grupo de distribución de calzado en su país de origen. El grupo opera a través de sus propias marcas y cuenta además con licencias para distribuir en China enseñas de calzado, como Clarks, Hush Puppies o Mephisto, entre otras, así como de moda deportiva, como Nike, Adidas, Puma, Converse o Mizuno. Se trata de un grupo verticalizado, que controla desde la producción a la distribución. La compañía cuenta con cinco fábricas, que producen cuarenta millones de pares al año. En 2013, Belle International concluyó con un total de 19.077 tiendas y córners en grandes almacenes en la China continental más otros 156 establecimientos en Hong Kong y Macao. Seis de las marcas propiedad del grupo (Belle, Teenmix, Tata, Staccato, Basto y Senda) estuvieron el año pasado entre las diez más vendidas en el gigante asiático, según datos de China Industrial Information Center.

3. WOLVERINE WORLDWIDE

Modaes

Wolverine Worldwide es uno de los grupos estadounidenses de calzado de mayor trayectoria. Con 130 años de historia a sus espaldas, la compañía ha impulsado su crecimiento en las últimas décadas con la adquisición de marcas de calzado. En la actualidad, el grupo suma un total de 16 enseñas, de las que distribuye alrededor de cien millones de unidades al año en todo el mundo. Estados Unidos es su principal mercado y, para esquivar la caída del consumo en Europa, la compañía está potenciando su crecimiento en Asia y en Latinoamérica. La empresa centra su distribución en el canal multimarca, aunque está reorientando su estrategia comercial hacia el retail, que por el momento tan sólo representa menos del 10% de sus ventas.

4. CLARKS

Clarks, fundada por los hermanos cuáqueros Cyrus y James Clark en la localidad inglesa de Street, es la mayor compañía de calzado de Reino Unido. La empresa, fundada en 1825, está presente en 35 países y vende anualmente cincuenta millones de pares de zapatos. La compañía concluyó 2013 con una cifra de negocio de 1.540 millones de libras inglesas (1.928,3 millones de euros), un 5,5% más que en el ejercicio anterior, gracias sobre todo al crecimiento en Asia y el continente americano. El 40% de las ventas de la compañía se concentra en Reino Unido e Irlanda. El grupo, que dirige Melissa Potter, sigue controlado por la familia, que mantiene el 84% del capital.

5. SKECHERS

Skechers es uno de los mayores grupos de calzado en Estados Unidos. Especializado en el segmento casual y deportivo, la compañía diseña y distribuye alrededor de 3.000 modelos anuales para mujer, hombre y niño. La empresa comercializa sus colecciones en un centenar de países, a través de establecimientos multimarca y tiendas propias. En la mayoría de países opera a través de filiales, como es el caso de España. Skechers incrementó en 2013 su cifra de negocio un 18,3% respecto al ejercicio anterior, gracias a la diversificación de producto y a la mejora de las ventas fuera de Estados Unidos. En noviembre de 2013, la empresa amplió la capacidad de centro logístico en la localidad belga de Lieja, para cubrir el mercado europeo e impulsar su plan de crecimiento en el continente.

6. COLUMBIA

Columbia es el segundo grupo estadounidense de calzado, por detrás de Wolverine. La compañía está especializada en el calzado para la práctica de deportes al aire libre. Su enseña insignia es Columbia, aunque en los últimos años el grupo ha centrado sus esfuerzos en posicionar en el mercado sus otras marcas, muy especializadas en la práctica de deportes de montaña o del *running*. El grueso de las ventas de la empresa se concentra en el canal multimarca, que genera todavía el 70% de su volumen de

Modaes

negocio. La compañía distribuye sus marcas en un centenar de países, aunque Estados Unidos continúa concentrando el grueso de sus ventas, con el 57,7% del total.

7. DECKERS OUTDOOR CORPORATION

Los orígenes de Deckers se remontan a principios de los setenta, cuando Doug Otto, entonces estudiante universitario, empezó a producir y distribuir sus propias chanclas. En las décadas posteriores, la empresa ganó volumen con la compra de marcas de calzado que empezaban a despuntar. Desde mediados de los noventa, la compañía cotiza en el índice Nasdaq y, en la última década, ha impulsado su desarrollo internacional, con la apertura de oficinas en Hong Kong, Reino Unido, Japón, Francia y Holanda. En 2013, la compañía registró ventas récord de 1.557 millones de dólares (1.149,3 millones de euros), un 10,1% más que en el ejercicio anterior. Ugg es actualmente la marca más potente del grupo. El año pasado, Ugg alcanzó una cifra de negocio de 1.229 millones de dólares (907,1 millones de euros).

8. WORTMANN SCHUH

Wortmann Schuh, fundada en 1967, es una de las mayores empresas de calzado en Alemania y en Europa. En su último ejercicio fiscal (que cerró el 31 de mayo de 2013), la compañía superó por primera vez el listón de los mil millones de euros. El grupo tiene una fuerte implantación internacional, con presencia en setenta países a través de 15.000 puntos de venta. Las exportaciones generan el 54% de su volumen de negocio. Rusia, Bélgica y Suiza son algunos de los países donde la compañía creció más el año pasado. La compañía suma 1.063 trabajadores y emplea alrededor de 30.000 obreros en sus centros de producción.

9. BATA

Bata es uno de los mayores grupos de calzado del mundo. Sin embargo, en la clasificación mundial Bata ocupa el noveno puesto, en base a los únicos datos de facturación disponibles de la empresa, que corresponden a su filial en India, que cotiza en bolsa. Bata India concluyó 2013 con una cifra de negocio de 20.984 millones de rupias (256,6 millones de euros), un 12,1% más que en el año anterior. Con sede en Lausana (Suiza), la compañía opera a través de cuatro unidades de negocio: una para Europa; otra para la zona Asia-Pacífico, con sede en Singapur; otra en América Latina, en México, y por último, otra en América del Norte, en Toronto (Canadá). Bata está presente en más de cincuenta países a través de filiales locales. En España, Bata ha reducido su estructura en los dos últimos años. La filial española, con sede en Alicante, llevó a cabo en 2013 una reducción de capital de 3,7 millones de euros para compensar pérdidas y asegurar su futuro. Desde hace un año, la filial alicantina, en la que trabajan una cincuentena de personas, depende de las sedes de

Modaes

Suiza, Italia y Holanda.

10. WEYCO

Weyco opera en el mercado estadounidense del calzado desde 1906, aunque en 1990 cambió el nombre y pasó de Weyenberg Shoe Manufacturing Company a la actual Weyco Group. El grupo centra su negocio en Estados Unidos y Canadá, aunque en los últimos años ha impulsado su crecimiento en Australia, Sudáfrica y la zona de Asia Pacífico. La compañía distribuye sus diferentes marcas a través del canal multimarca y, sobre todo, en grandes almacenes, que representan el 74% de sus ventas. En el último año, la empresa ha reducido el número de establecimientos monomarca, ha cerrado los que no le eran rentables y ha centrado su estrategia en *flagship stores*.