



Mercado de calzado femenino uno de los más dinámicos del mundo

Posted on Agosto 25, 2026

(Londres) El mercado del calzado femenino es hoy uno de los más dinámicos y creativos de la industria de la moda, con un valor que se mide en cientos de miles de millones de dólares. Este mercado está fuertemente influenciado por las tendencias estacionales, la tecnología y la evolución de los roles de la mujer, reportan firmas de renombre como Prada.

Eventos como el Día de la Madre son termómetros clave, donde el calzado se consolida como un regalo de alto valor, reflejando que ha pasado de ser una compra utilitaria a un objeto de diseño que acompaña a la mujer en sus múltiples roles .

El comercio electrónico es un canal de venta en auge, con 7,6 millones de compradores anuales solo en España, y se caracteriza por una fuerte fricción en el proceso de compra debido al ajuste de la talla.

Las marcas están invirtiendo en tecnologías de tallaje predictivo y en políticas de devolución flexibles para capturar esta creciente demanda digital.

Las tendencias de moda se mueven entre el «Bucolic Slumer» (estilos rurales actualizados), el «Lavish Subversion» (maximalismo) y el «Primal Futurism» (tecnología y artesanía), ofreciendo una amplia gama de opciones para todos los gustos .

El mercado del calzado femenino, impulsado por el auge del athleisure y la comodidad, está viviendo un momento de oro, con previsiones que superan los 100 mil millones de dólares.

Según un estudio reciente, eventos como el Día de la Madre consolidan al calzado como un regalo protagonista, con el 24 por ciento de la intención de compra, desplazando a categorías más tradicionales.

La industria responde con colecciones que se adaptan a los múltiples roles de la mujer moderna, desde la oficina hasta el fin de semana.

Las tendencias para la próxima temporada otoño-invierno, presentadas en la feria MICAM, muestran un espectro que va desde la estética campestre actualizada en «Bucolic Slumber» hasta el maximalismo rebelde de «Lavish Subversion».

El comercio electrónico representa el 39 por ciento de los compradores, pero la fricción en el ajuste de la talla sigue siendo el principal desafío, con el 81 por ciento de los compradores mencionando alguna dificultad. Las marcas más exitosas serán aquellas que logren ofrecer un tallaje fiable y una experiencia de compra sin fricciones.

El Maipo/PL