Convicciones |vol. 13, no. 26, pp. 1-13 |Julio-Diciembre 2026 |E-ISSN 2385-7589

Factores Determinantes En La Adquisición De Zapatos Hechos Con Cuero Natural O Sintético.

Factors to consider when purchasing shoes made of natural or synthetic leather.

1. Ananda Valentina Guerrero Manosalva;
2. Charlie David Rosales Madero;
3. Eliana Carolina Sánchez Acosta

Recibido: 12-01-2026
Aprobado: 13-05-2026

Resumen

El ámbito de la moda actualmente va en crecimiento por lo cual requiere de una visión holística e integral en la cual sea posible analizar los diversos aspectos implicados en ello. En esta investigación el propósito está centrado en analizar los factores determinantes en la adquisición de calzado hechos con cuero natural o sintético. Se trata de un estudio con enfoque cuantitativo en el que se aplicaron encuestas a la muestra objeto de investigación, partiendo del uso de un Dataset con el cual se orientó el desarrollo investigativo. Además, el estudio toca de cerca elementos ecológicos al valorar la necesidad de concienciar el uso de material biológico así como el de uso sintético que sea amigable con el planeta. Los resultados evidenciaron que los sujetos de investigación prefieren la calidad del calzado antes que la durabilidad. Aunado a ello, muchos de ellos optan por valorar el precio, la moda vigente y la comodidad del calzado al momento de tomar la decisión de compra. En cuanto al precio del calzado, el estudio identifica que los elaborados a partir de cuero animal son más costosos que la opción de cuero sintético, situación que llama la atención por cuanto a pesar de ser más costosos la gente prefiere estos calzados por su calidad y durabilidad. Se concluye que es significativo identificar que entre el calzado de cuero animal y el cuero sintético, las personas reconocen los aspectos positivos del calzado de cuero animal, valorando moda y comodidad.

Palabras clave: factores determinantes, calzado, cuero animal, cuero sintético.

Abstract

The fashion industry is currently growing, which requires a holistic and comprehensive approach that allows for the analysis of the various aspects involved. The purpose of this study is to analyze the factors that influence the purchase of shoes made from natural or synthetic leather. This is a quantitative study in which surveys were administered to the research sample, based on a dataset that guided the research process. Additionally, the study closely examines ecological factors by assessing the need to raise awareness about the use of organic materials as well as synthetic materials that are environmentally friendly. The results showed that the research subjects prioritize the quality of footwear over durability. Furthermore, many of them consider price, current fashion trends, and comfort when making a purchasing decision. Regarding the price of footwear, the study found that shoes made from animal leather are more expensive than synthetic leather options, a situation that is noteworthy because, despite being more expensive, people prefer these shoes for their quality and durability. It is concluded that it is significant to note that, when comparing animal leather and synthetic leather footwear, people recognize the positive aspects of animal leather footwear, valuing fashion and comfort.

Keywords: Determining factors, footwear, animal leather, synthetic leather.

Ananda Valentina Guerrero Manosalva. Estudiante de Diseño y Administración de Negocios de la Moda, FESC - Fundación de Estudios Superiores Comfanorte. Correo: est_av_guerrero@fesc.edu.co. ORCID: https://orcid.org/0009-0002-6619-7128. Ciudad: Cúcuta. País: Colombia.

Charlie David Rosales Madero. Estudiante de Diseño y Administración de Negocios de la Moda, FESC - Fundación de Estudios Superiores Comfanorte. Correo: est_cd_rosales@fesc.edu.co. ORCID: https://orcid.org/0009-0002-6619-7128. Ciudad: Cúcuta. País: Colombia.

Eliana Carolina Sánchez Acosta. Profesora de Analítica de Datos, FESC - Fundación de Estudios Superiores Comfanorte. Correo: doc_ec_sanchez@fesc.edu.co. ORCID: https://orcid.org/0009-0003-5796-0264. Ciudad: Cúcuta. País: Colombia.

***Autor de Correspondencia: est_av_guerrero@fesc.edu.co**

© 2026. Editada por la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

Introducción

Existen indicios antropológicos que muestran al calzado como parte importante a lo largo del desarrollo del ser humano. Por ello, conforme a la necesidad se han desarrollado diversos modelos con materiales particulares. La elección de los materiales al crear calzados, ha sido un factor determinante en las preferencias de los compradores. En este aspecto, se destaca el cuero natural y/o sintético entre los más usados; sin embargo, tienen diferencias significativas en términos de calidad, durabilidad, costo y percepción estética (Torres, 2024).

A nivel empresarial, existe un interés por diversificar en materiales relacionados con la elaboración de calzado, bien sea por aspectos económicos, o por estar a la vanguardia de la moda a nivel mundial. En este aspecto, muchas empresas recurren al uso de pieles animales sin tomar en cuenta las condiciones de estas granjas peleteras, así como las implicaciones de maltrato animal en el medio ambiente o sociedad en general. Los animales utilizados para la adquisición de pieles viven en confinamiento, propensos a enfermedades e incluso padecen acciones de maltrato reiterado, capaces de impactar negativamente y originar patologías como la estereotipia común de animales, apatía, aumento de agresión, conductas redirigidas que generan que las madres maten a sus crías y que los animales se automutilen (Prieto, 2021, p. 87-88).

En el contexto de la ecología, el tratamiento de las pieles suele necesitar un conjunto de procesos químicos, nocivos e incluso tóxicos (formaldehído, hexavalente, entre otros) para el ser humano, así como el ambiente, propiciando enfermedades como el cáncer o alergias a estos componentes (Prieto, 2021, p. 89-90). En este aspecto, muchas empresas se distancian de los efectos de usar cuero natural en la elaboración de calzado, impactando no solo en el ser humano, sino en la ecología del planeta.

El proceso para fabricar cuero se conforma dentro de una cadena que incorpora el sacrificio animal, uso excesivo de agua hasta más de 100 toneladas por piel procesada, impacto de químicos que contaminan el agua, suelo y aire, e incluso la contaminación por curtido de la piel en la que se usa alto contenido de grasas, sulfuros, cromo, entre otras sustancias (Torres, 2024, p. 2). Se trata de un proceso que afecta notablemente el ambiente del planeta y sus residentes. A partir de allí, se ha planteado la necesidad de crear opciones que suplanten el uso del cuero con la creación de materiales sintéticos alternativos. El objetivo ha sido desarrollar alternativas adecuadas tomando en cuenta la durabilidad, apariencia, comodidad e incluso la valoración de precios accesibles para el mercado textil.

La diversificación de pieles sintéticas apoya la estructuración de una cadena de producción amigable con el planeta y con los animales. Por ello, se han creado opciones como la cuerina, el cuero vegetal a partir de maíz, mango, piña, hongos, entre otros. Son alternativas que minimizan el maltrato animal y al mismo tiempo es posible usar materiales que podrían ser desperdiciados, como es el caso de los vegetales que a nivel mundial más del 45% de ellos son desaprovechados (Vela, 2024, p 36-38). De esta manera, el uso de materiales sintéticos aporta la estructuración de una cadena de producción que minimiza los efectos contaminantes al ambiente que tiene el cuero natural, además ofrece la oportunidad de diversificar los modelos de cueros sintéticos a partir de diversos materiales tanto naturales como plásticos. La fabricación de calzado con cuero sintético ofrece buenas posibilidades de lograr productos versátiles y agradables para los usuarios, los cuales pueden ser exportados a otros países apoyando la economía regional e impulsando el sector textil nacional.

A nivel nacional, para el año 2000 el sector colombiano del calzado había logrado una gran significatividad en materia productiva y con ello un impacto positivo en el empleo nacional. Para el año 2014 se conformó el decreto 456 como medida para frenar las importaciones de calzado a precios muy por debajo de lo establecido en el mercado mundial. Una vez adoptado el decreto, el sector del calzado logró exportaciones por cerca de 42.7 millones de dólares (ACICAM, 2014). No obstante, de acuerdo con las cifras del DANE las exportaciones del rubro del calzado alcanzaron US$40,4 millones, con una contracción de 5% al compararla con los US$42,6 obtenidos en el año 2023 (Arias, 2025).

Ahora bien, el caso de la ciudad de Cúcuta, capital del Norte de Santander, se caracteriza por su tendencia sociocultural hacia los entornos textiles, especialmente en el área de la industria del calzado, en la que ha logrado reconocimiento nacional por su sostenibilidad a través del tiempo (Flores y Gafaro, 2018). Existe una gran cantidad de empresas de calzado que producen hacia el centro del país y también realizan calzados que son productos de exportación. Muchas de estas empresas desarrollan procesos manuales y poco se apegan a las nuevas tecnologías en materia de producción de calzado. Además, de acuerdo con el SENA solo el 57% de estas empresas disponen recursos físicos, humanos o presupuestarios para el establecimiento de alianzas con instituciones, organismos, entre otros., en las que puedan mejorar los conocimientos de sus trabajadores.

Otro aspecto detectado, es la poca interacción existente entre las organizaciones que funcionan en el área de calzado con instituciones como el Departamento Administrativo de Ciencia y Tecnología e innovación-Colciencias, en lo que podrían desarrollarse proyectos para el impulso productivo e innovador de los productos creados. Existe además un proyecto denominado el de la “triple hélice” que busca la cooperación entre el Estado colombiano, la Universidad y las Industrias para promover el área del calzado. Se trata de una iniciativa que tiene dificultades, especialmente por el hecho de que la mayoría de las empresas no tienen conformado un Departamento de Investigación y Desarrollo (Flores y Gafaro, 2018).

El presente artículo tiene como objetivo analizar la preferencia de los consumidores entre el cuero natural y el cuero sintético en el calzado, identificando los factores que influyen en su elección. A través de un enfoque de análisis de datos, se busca establecer relaciones entre variables como edad, frecuencia de compra, percepción de calidad y disposición de pago, con el fin de comprender mejor los patrones de consumo en este sector. Además, la investigación tiene un enfoque cuantitativo por cuanto requiere análisis estadísticos que permitirán alcanzar la meta planteada. Para ello se apoya en el análisis de las variables e indicadores seleccionados con la idea de alcanzar los resultados esperados y establecer conclusiones sobre los aspectos representativos detectados.

Selección de calzado sintético o de cuero en torno al contexto económico

Uno de los aspectos que se toma en cuenta en el contexto de la industria del calzado es la perspectiva del consumidor, por cuanto de ella dependen diversos factores para tomar decisiones sobre los aspectos que se han de usar al crear o diseñar calzados. En este aspecto, se entiende que un producto refieren diversas consecuencias potenciales para los consumidores que pueden ser positivas o negativas para su economía. Se trata de que los productos aporten beneficios para quien los adquiere, así como para las empresas que los producen. Si es mayor la proporción de aspectos perjudiciales en la elaboración del calzado, es posible que haya un impacto económico tanto en los consumidores como en los productores. De esta manera, es significativo reconocer que la elaboración del calzado necesita de buena materia prima para lograr los resultados esperados. El intercambio entre la buena valoración del producto (beneficios) y lo que debe pagar (costo) el consumidor, requiere una coherencia para impulsar la comercialización de la marca de calzado. Es

por ello que un producto de este tipo, precisan tomar en cuenta tanto las características técnicas de buenas piezas como el aspecto de las necesidades de sus consumidores (Arias, 2012).

Tomando en consideración lo expuesto por Ávila (2020) el comportamiento del consumidor toma en cuenta "los procesos que se dan en el individuo y que intervienen en las decisiones de compra y consumo de bienes y servicios, abarcando desde lo emocional hasta lo económico" (p.11). Dicho de otro modo, la forma en que una persona se comporta cuando decide adquirir un producto tienen numerosas implicaciones, que pueden ir desde sus preferencias emocionales hasta el hecho de valorar el aspecto económico. La manera en que un consumidor selecciona el calzado, refiere mucho de sus intereses particulares, en el caso del tipo de material del que está hecho se suele pensar que puede apreciar la belleza de sus materiales, pero en muchos casos suele considerar el precio final del producto (Cámara de comercio, 2021).

En torno a esta temática, Cárdenas (2020) explica que un consumidor "representa una participación importante en la estructura económica de comportamiento" por cuanto el individuo se implica en el entorno en donde se desenvuelve y por ello tiende a seleccionar aquellos calzados que se adaptan a sus necesidades y con costos accesibles para su bolsillo. En tal sentido, en la mayoría de las oportunidades las personas adquieren calzados para optimizar su desenvolvimiento sociocultural por ello toman decisiones que les ayudan a lograr sus metas laborales, familiares, sociales, entre otros aspectos.

La forma en que un consumidor se comporta especialmente al seleccionar calzados tiene mucho que ver con la manera en que sus procesos conductuales, psicológicos y emocionales se desarrollan como parte de su personalidad. De allí que haya tanta variabilidad en la creación de los productos de calzado. En este aspecto, Martínez (2020) explica que el comportamiento de los consumidores tiene mucho que ver en la manera en que se desenvuelven dentro de un proceso racional o irracional, generando la oportunidad de observar los productos, seleccionar, comprar, utilizar y guardar para su posterior utilización. En tal sentido, la manera en que una persona selecciona el calzado va más allá del mero hecho de que surja un gusto por ello, por cuanto la idea es satisfacer sus necesidades así como deseos.

En el año 2025 el Observatorio de la Moda mostró un reporte de las tendencias globales sobre el mercado textil, encontrando que muchas personas optan por utilizar zapatos no formales con suela de goma, que les ayuda a desenvolverse en el plano laboral y al mismo tiempo en los momentos de recreación (Abtan, 2017). El mercado del calzado colombiano tiene características afines a los países latinoamericanos como el hecho de que la industria artesanal es poco tecnificada, sin embargo, se reconoce que usar maquinaria reduce tiempo y desperdicios por lo cual en Colombia la creación de calzado hasta cierto punto tiene un corte amigable con el planeta.

De acuerdo con los resultados arrojados por el análisis PESTEL (Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales) de las empresas de calzado se encontró que este sector afronta un conjunto de transformaciones significativas, marcadas especialmente por la llegada de la Pandemia del Covid. Entre los aspectos que destaca, es que los consumidores producto de una desformalización en los entornos socioculturales optaron por comprar calzados más sencillos o menos formales. En este aspecto, muchos usuarios optaron por preferir calzado de corte sintético incluso importados, minimizando los productos nacionales elaborados con cuero animal y disminuyendo la estabilidad de la industria colombiana.

En tal sentido, la selección de calzado sintético ha tomado espacios por encima del elaborado con cuero animal. En ese momento, más que una moda se trató de estrategias de negocio para afrontar las dificultades de comercialización del calzado, aspecto que se ha profundizado a través del

tiempo. Se trata entonces de una situación que direcciona acciones empresariales para intentar capturar el mercado nacional en el que los productos sintéticos importados son la preferencia de muchos colombianos.

Ahora bien, de acuerdo con lo expresado en la INEXMODA (2025) el consumo del calzado está en expansión en vista de que hay una transformación de las preferencias o gustos de los consumidores basada en acabados sofisticados que difuminan los límites entre lo informal y formal. Es por ello que muchos de los productos importados (en su mayoría sintéticos) representan actualmente un 60% del mercado nacional, erosionando el empleo en el sector por la importación de estos productos e incrementando una dependencia a las empresas internacionales del calzado. De esta manera, a pesar de que Colombia continúa produciendo calzado con cuero animal, situaciones como la disminución de la velocidad de producción, la competitividad de los precios e incluso la iteración o repetición de los productos impacta en la preferencia de los consumidores.

Otro aspecto analizado en la INEXMODA (2015) es que muchos de los consumidores desconocen los aspectos implicados en la producción de cuero animal y los productores poco aportan recursos en controles de calidad amigables con el planeta. Es una situación que lleva a los exportadores marroquineros a descartar los productos en pieles producidos en el país, minimizando ganancias o impactando negativamente en la industria del calzado colombiano. Se trata entonces de que existe una necesidad de que haya mejor preparación de cueros nacionales de calidad sostenible a través del tiempo.

Se trata de que la propuesta de valor de los cueros nacionales sea recibida con apertura por los consumidores, ante lo cual es necesario que haya calidad y economía al momento de adquirir los productos. De esta manera, se detecta entonces que los consumidores colombianos desconocen las consideraciones ambientales implicadas en la producción de calzado lo cual afecta su decisión de compra y se distancia además de la consideración de este rubro como un espacio para la integración social e incluso la posibilidad de sobresalir dentro de los grupos comunitarios (Ramírez, 2025).

Preferencias de los consumidores en torno a la calidad del calzado realizado con material sintético o de cuero

El calzado suele ser considerado uno de los productos de mayor importancia a nivel mundial, de allí que su producción requiere el desarrollo de pruebas y control de calidad para asegurar que los usuarios puedan utilizarlos en cualquier contexto sociocultural que se desenvuelven. A partir de ello, las empresas requieren poner en práctica la revisión de calidad del producto para saber si cumple los parámetros necesarios o se distancia de los límites establecidos de calidad (Góchez et al., 2020).

El sector del calzado tiene un valor estratégico para la economía nacional, de allí que para el año 2021 posterior a la pandemia, se puso en práctica un “Plan de negocios del Sector de cuero, calzado y marroquinería: Una respuesta para la transformación” que tuvo como eje central analizar la situación actual de las empresas del calzado y detectar sus debilidades más fundamentales. En torno a ello, se detectó que la mayoría de las empresas presentaron debilidades en las condiciones productivas con sus cadenas de comercialización locales, lo cual hacía difícil competir con los mercados internacionales. Además, se encontró que muchas de las organizaciones se caracterizaban por una débil asociatividad entre los empresarios del sector, impactando en la oferta de valor empresarial (Pabón, 2023).

En este contexto, el sector del calzado cuenta con un conjunto de actores que se encargan de transformar los materiales de calzado hasta producir artículos de calidad para los consumidores

(Cámara de Comercio de Bogotá, 2021). Existe de esta manera una articulación entre las empresas productoras de calzado y las tendencias de consumo para elaborar adecuadamente productos de calidad que sean de preferencia para los usuarios.

Al analizar las preferencias de los consumidores se encontró que existen una serie de factores internos identificados como parte intrínseca de los mismos. En este aspecto, destacan las necesidades individuales, la percepción del consumidor sobre los productos, el poder adquisitivo, los riesgos asociados a comprar o no el producto deseado, entre otros (Carrillo, 2023). Por ello, las empresas de calzado requieren acciones para determinar las tendencias del mercado que van de la mano con las preferencias de los usuarios en adquirir productos de piel sintética o de piel animal.

Por otra parte, también existen factores externos que tienen influencia en las preferencias de los consumidores, al ubicarse en el entorno sociocultural, formar parte de la cultura de los pueblos, o incluso ejercer influencia para la ubicación del comprador dentro de una clase social particular.

Además, cuando un comprador decide por ejemplo entre el calzado sintético o de piel natural, analiza la apariencia del empaque, la calidad del producto, el costo, si hay promociones, e incluso campañas publicitarias que lo ayuden con la decisión de compra (Carrillo, 2023).

En el caso del mercado del calzado colombiano, lo analizado en la INEXMODA (2015) refiere que la industria ha sido bombardeada con productos de baja calidad e idénticos, como lo es el caso de Arturo Calle, Adidas y Black Bison con estilos casuales en cuero o cuero sintético con estilo atemporal para que puedan ser vendidos en mayor periodo de tiempo. Se trata de un mercado en el que los compradores no vivencian innovaciones constantes, por cuanto hay preferencia por la baja inversión en diseños y nuevos modelos con capacidad expresiva. En la INEXMODA (2025) que las personas optan por calzados brillantes, impecables visualmente y en su mayoría de cuero sintético. La mayoría de los clientes buscaban calzado que dure en el tiempo, lisos, acabados mate y que el uso poco los deteriore, de allí que sus preferencias eran hacia el calzado de cuero sintético. Sin embargo, también se encontró que muchos de los consumidores al valorar estas superficies lisas y suaves, asumieron que eran de alta calidad, dejando de lado productos de cuero natural.

En la postura de Quimi (2026) la decisión de compra del consumidor suele valorar un amplio espectro de elementos, por lo cual no se considera un evento aislado, de allí que se tome en cuenta la identificación de una necesidad a través de varios momentos: inicialmente, el reconocimiento de una necesidad (Awareness) en el que el consumidor detecta la presencia de un problema que puede ser solventado con un bien o servicio. Seguidamente, la persona procede a buscar información sobre una posible solución, ante lo cual valora diversos productos de calzados, sus precios, ubicaciones, entre otros aspectos, que van a orientar la adquisición de estos.

A continuación, el comprador evalúa alternativas y es allí donde compara las opciones en este caso, el hecho de si están elaborados con cuero sintético o natural para satisfacer sus necesidades. Es una evaluación que además incorpora la revisión del precio, su funcionalidad, la calidad de la fabricación, entre otros aspectos importantes. Finalmente, el individuo toma una decisión que ha sido influenciada por el contenido generado que puede ser publicidad, o promoción de las marcas para tomar las decisiones. En este aspecto, el comprador valorará la marca, modelo, características y luego elegirá dónde y cuándo comprarlo (Ávila, 2020).

De esta manera, muchas empresas del calzado desarrollan estrategias de Lovemark con la idea de fomentar un vínculo emocional que apoye el desarrollo de una fidelidad a través del tiempo (Pinzón, 2022). Una vez conocidos los productos, las personas pueden decidir si sus preferencias van hacia el cuero sintético o el cuero natural. De esta manera, el rubro del calzado puede alcanzar

niveles óptimos de comercialización de los productos a partir del respeto, confianza y admiración de sus clientes o consumidores (Quiñónez, 2024).

Metodología

El presente estudio se desarrolló mediante un enfoque de análisis exploratorio de datos, con el objetivo de identificar los factores que influyen en la elección entre cuero natural y cuero sintético en la compra de calzado. Para ello, se utilizó una base de datos simulada con 250 registros de consumidores, diseñada con características coherentes con el comportamiento real del mercado del calzado.

Las variables analizadas fueron:

- Edad del consumidor
- Género
- Ciudad de residencia
- Nivel de ingresos
- Categoría de calzado
- Material preferido (cuero natural o cuero sintético)
- Precio promedio del calzado
- Frecuencia de compra
- Factor principal de decisión de compra (precio, calidad, comodidad, moda o durabilidad).

La construcción de la base de datos consideró relaciones lógicas entre variables sociodemográficas y hábitos de consumo. Por ejemplo, consumidores con mayores ingresos y mayor edad presentaron una mayor tendencia hacia el cuero natural, mientras que consumidores jóvenes o con ingresos bajos mostraron mayor preferencia por materiales sintéticos.

El análisis se realizó mediante la plataforma Microsoft Power BI, donde se desarrollaron visualizaciones estadísticas y comparativas que permitieron identificar patrones de consumo, preferencias de material y relaciones entre variables económicas y demográficas.

Tabla 1. Dataset utilizado

id_cliente	edad	genero	ciudad	nivel_ingresos	categoria_calzado	material_preferido	precio_promedio	frecuencia_compra	factor_principal
1	30	Femenino	Cartagena	Bajo	Sandalia	Cuero sintético	83605	Media	Precio
2	51	Masculino	Barranquilla	Medio	Tenis	Cuero sintético	98748	Baja	Durabilidad
3	20	Masculino	Cali	Bajo	Deportivo	Cuero sintético	160036	Media	Moda
4	42	Masculino	Cali	Medio	Sandalia	Cuero sintético	197437	Media	Moda
5	18	Femenino	Bogotá	Bajo	Sandalia	Cuero sintético	259868	Media	Moda
6	23	Masculino	Bogotá	Bajo	Tenis	Cuero sintético	259704	Baja	Comodidad
7	48	Masculino	Cartagena	Medio	Sandalia	Cuero natural	461851	Baja	Precio

id_cliente	edad	genero	ciudad	nivel_ingresos	categoria_calzado	material_preferido	precio_promedio	frecuencia_compra	factor_principal
8	26	Femenino	Medellín	Medio	Tenis	Cuero natural	408154	Baja	Calidad
9	34	Masculino	Bogotá	Medio	Deportivo	Cuero natural	514433	Media	Comodidad
10	37	Femenino	Cali	Medio	Deportivo	Cuero sintético	206973	Media	Precio

Resultados y discusión

Factores principales por los cuales los clientes eligen comprar calzado hecho con cuero natural

Entre los aspectos a considerar en torno a las preferencias de los consumidores, se destaca el conocer cuáles son los factores principales que les impulsan a comprar calzado elaborado a partir de cuero natural. Seguidamente, el gráfico 1 muestra los resultados alcanzados.

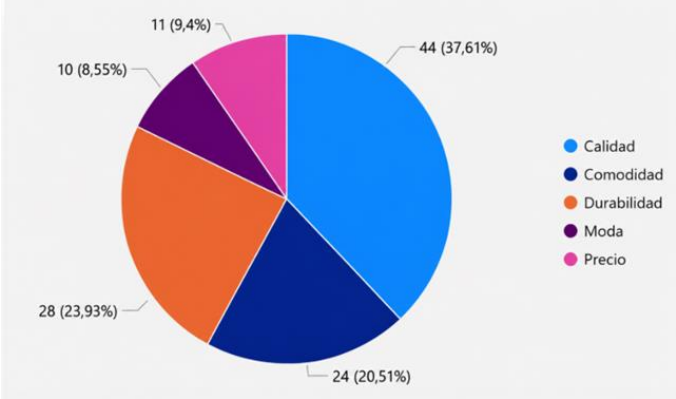


Gráfico 1. Factores de compra en calzado de cuero natural.

A partir de lo indicado en la gráfica, es posible identificar que la mayor proporción de los encuestados muestran su preferencia hacia calzados de calidad. De esta manera un 37,61% de las personas elige la opción calidad, mientras que un 23, 93% por la durabilidad de los calzados. Además, un 20,51% optó por la comodidad, mientras que un 9,4% por el precio y finalmente, el 8,55% por la moda. Al profundizar en estos resultados, se evidencia que la mayoría de los sujetos de estudio prefieren la calidad antes que la durabilidad del calzado de cuero animal.

Factores principales por los cuales los clientes eligen comprar calzado hecho con cuero sintético

A modo de contraste, se estudiaron los factores de compra en calzado de cuero sintético, elaborados a partir de material que tiene que ver más con un origen químico que biológico. El Gráfico 2 muestra los resultados obtenidos.

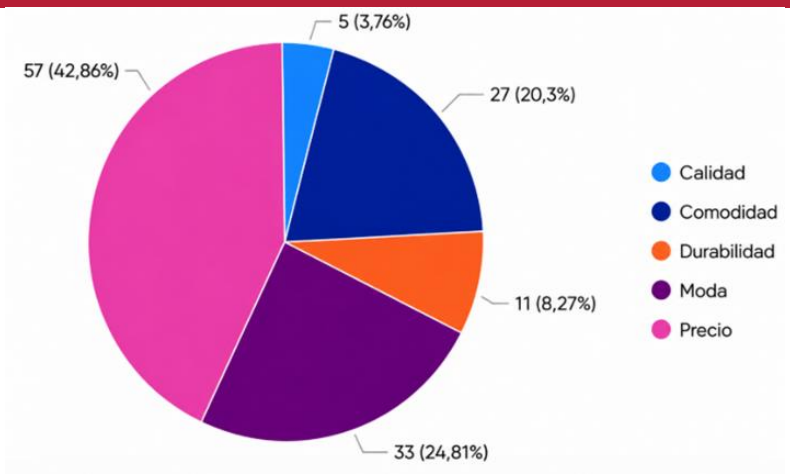


Gráfico 2. Factores de compra en calzado de cuero sintético.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, de los factores de compra analizados la mayoría de los sujetos de estudio representados por un 42,86% expresan que adquieren calzado por el precio. Mientras que un 24,81% lo hace por moda y un 20,3% por comodidad. Además, vale resaltar que un 8,27% compra calzado tomando en cuenta la durabilidad y el 3,76% por la calidad. Esta situación refiere que la mayoría de los individuos opta por el precio, además de la moda vigente y también por comodidad.

Precio promedio de venta del calzado hecho con cuero natural o sintético

Otro de los aspectos analizados es el precio promedio que tiene el calzado elaborado a partir de cuero natural o sintético. En este aspecto, el gráfico 3 muestra los resultados obtenidos a partir de la recolección de datos implementada.

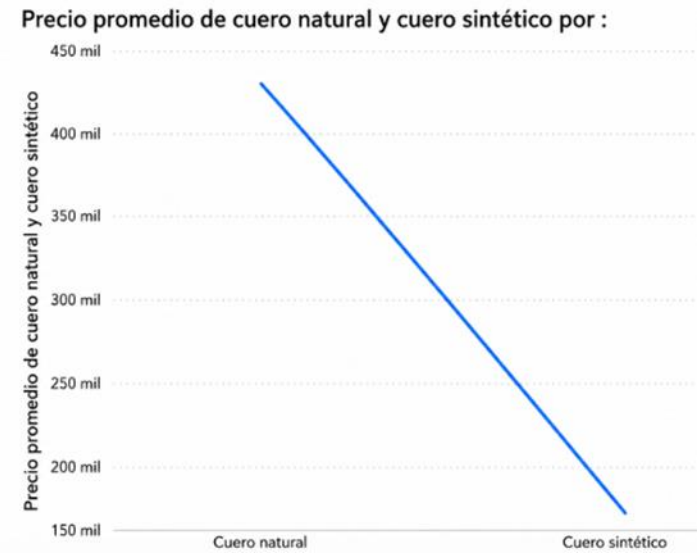


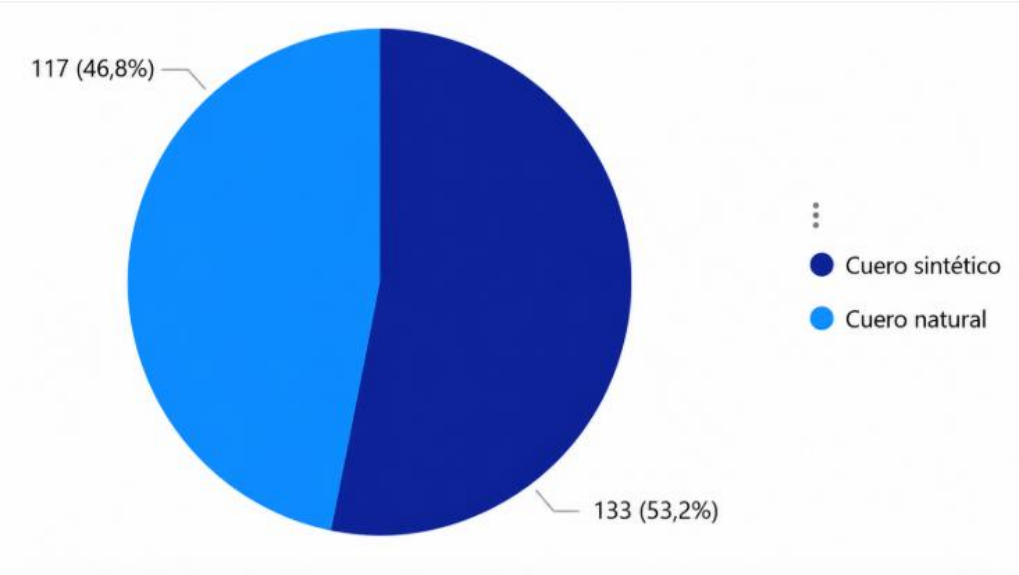
Gráfico 3. Precio promedio del calzado de cuero natural y cuero sintético.

Los resultados muestran que en el área de calzado existe una diferencia notable entre los elaborados a partir de cuero natural y los que se realizan con cuero sintético. En este aspecto, aquellos elaborados con cuero animal alcanzan un precio promedio de 428.095 pesos colombianos, mientras que el promedio en el calzado de cuero sintético es de 164.095 pesos colombianos. El

estudio identifica que son los calzados creados a partir de cuero animal los más costosos entre ambas opciones.

Preferencia personal sobre calzado hecho con cuero natural o sintético

Por otra parte, se analizó la proporción de personas que compraron calzados respecto al tipo de material: natural o sintético. En la gráfica 3 se evidencian estos resultados.



Gráfica 4. Cuántas personas compraron calzado hecho en cuero sintético y cuántos en cuero animal.

Tal como se evidencia en la gráfica anteriormente expuesta, dentro del área de moda, el 53,2% de las personas eligen el cuero sintético y el 46,8% de las personas prefieren el cuero animal. Se puede concluir que la mayoría de las personas prefieren el cuero sintético. Ahora bien, tomando en consideración los anteriores resultados, esta situación es concordante con el hecho de que el cuero natural es más costoso y de allí que el calzado sea un poco más complicado de adquirirlo, por ello es probable que la mayoría de las personas opten por calzado de cuero sintético.

KPIs del dashboard

En el panel de control desarrollado en Microsoft Power BI se incluyeron los siguientes indicadores clave, seleccionados con base en las variables de la base de datos de preferencia de material en la compra de calzado:

- Total de encuestados: número total de consumidores registrados en la base de datos.
- Preferencia por material: porcentaje de consumidores que prefieren cuero natural frente a cuero sintético.
- Precio promedio por material: precio promedio del calzado según el material preferido (cuero natural vs cuero sintético).
- Factor principal de compra: distribución de los factores que más influyen en la decisión de compra (precio, calidad, comodidad, moda y durabilidad).
- Categoría de calzado más demandada: categoría con mayor número de preferencias.
- Frecuencia de compra: distribución de los consumidores según la frecuencia con la que adquieren calzado.
- Nivel de ingresos: distribución de los consumidores por nivel de ingresos.

- Preferencia por material según nivel de ingresos: relación entre el nivel de ingresos y el material preferido (cuero natural o cuero sintético).
- Preferencia por material según edad: distribución de la preferencia de material en diferentes rangos de edad.
- Ciudades con mayor participación: distribución geográfica de los consumidores por ciudad.

Estos indicadores permiten resumir la información más relevante del análisis y facilitan la identificación de patrones de comportamiento del consumidor en la elección del material del calzado.

Conclusiones

Una vez desarrollada la investigación es posible establecer algunos aspectos concluyentes. Inicialmente, el estudio concluye que hay una tendencia por preferir la calidad en el calzado antes que su durabilidad. Se trata del reconocimiento de que es más significativo comprar productos de calzado de cuero natural con mayor calidad y que ofrezcan comodidad, protección al caminar, transpirabilidad, correcta sujeción, entre otros aspectos y no solo el hecho de que tenga durabilidad. Sin embargo, al analizar el caso de calzado realizado con material sintético, fue posible concluir que el tema del precio es el de mayor preferencia en los encuestados, a diferencia del cuero natural que optaron por la calidad del calzado. El calzado sintético suele ser seleccionado también por la comodidad o porque estén de moda, pues son elaborados con mayor diferenciación y creatividad en colores, formas y materiales a nivel mundial.

Aunado a lo expresado, se concluye que el calzado de cuero natural es más costoso o su elaboración refiere precios más altos que los elaborados a partir de cuero sintético. Se trata de una situación que se adhiere a lo expresado en cuanto a calidad del calzado especialmente en los de piel natural mientras que los más económicos son los de cuero sintético. En tal sentido, al verificar preferencias de los consumidores se detectó que hay mayor aceptación en el zapato de cuero sintético que en el de origen natural, lo cual coincide con los aspectos detectados anteriormente. Es decir, que en la moda colombiana se evidencia mayor preferencia para el calzado elaborado de forma sintética, sin embargo, hay sensación de que la calidad es mayor en el zapato de cuero natural.

Otro de los aspectos interesantes detectados es que la industria del calzado colombiano encuentra viable trabajar con materiales sintéticos, sin embargo, existe alta tendencia a no dejar de lado el tema del calzado elaborado con cuero natural. Y es una situación que se puede extrapolar inclusive a la creación de otras piezas de este tipo de cuero como carteras, correas, bolsos, entre otros. De esta manera, el mercado colombiano puede identificarse como de gran amplitud y creatividad pues intentan mantenerse no solo en la era de los materiales sintéticos sino sostener las preferencias de usuarios por el uso de materiales naturales de diversos orígenes.

En efecto, la dinámica del área del calzado colombiano muestra apego por el desarrollo de una cadena de producción amigable con el planeta por cuanto existen además del cuero de origen vacuno otros tipos de origen vegetal como cuero creado a partir de materia prima de mango, maíz, hongos, piñas, algas, entre otros. La idea ha sido adaptarse a los cambios de sostenibilidad ambiental y desarrollo de elementos ecológicos que minimicen el daño al planeta e impulsen la desaparición del maltrato animal. Por tanto, muchos colombianos muestran interés por seguir usando calzado de origen natural, pero es probable que este campo incrementara más si estos productos fueran más accesibles económicamente a la mayoría de los colombianos.

Referencias

Abtan, O. (2017). Think tank: When luxury goes casual. WWD (Women's Wear Daily). Recuperado de https://wwd.com/business-news/business-features/think-tank-casual-luxury-10898035/

Arias, E. (2019). Propuesta de Creación de una Empresa para Comercializar Calzado en Cuero para Caballero en la Ciudad de Tunja Boyacá. Universidad Santo Tomas, Tunja, Colombia. https://repository.usta.edu.co/items/f7de93b8-ed81-4876-b1f1-dac84174e550/full

Ávila, E. (2020). Factores que influyen en el consumidor para la adquisición de producto sustentables. Interciencia, 45(1), 36-41. https://www.redalyc.org/journal/339/33962240006/html/

Cámara de Comercio de Bogotá. (2021). Tendencias de consumo: Calzado en Latinoamérica. www.ccb.org.co. https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-deCuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2021/Mayo/Tendencias-de-consumo-Calzado-en-Latinoamerica

Cárdenas, R. (2020). Analisis del Consumidor. Ciudad de México: Editorial UNID.

Carrillo C, G. C. (2023). Factores que influyen el comportamiento de compra de calzado femenino en la ciudad de Latacunga. [Master's thesis, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Latacunga - Ecuador: Universidad Técnica de Cotopaxi.

Flores, M., y Gafaro, A. (2018). Estrategias para potenciar la industria colombiana de calzado, en un contexto de comercio global: una mirada desde el modelo de la triple hélice. Universidad Cooperativa de Colombia. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b3ac287a-095a-4ce3-9cd5-dda52473ef0f/content

Góchez-Martínez, A. Y., Retana-de-Alemán, J. R., & Grande-Sánchez, A. de J. (2020). Desarrollo de una propuesta de estándar de calidad en la línea de calzado escolar. Anuario de Investigación: Universidad Católica De El Salvador, 9, 87-100. https://doi.org/10.5377/aiunicaes.v9i0.10238

Inexmoda. (2025). Observatorio Inexmoda calzado y marroquinería: Enero 2025. Inexmoda. https://inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2025/02/Observatorio-Inexmoda-CALZADO-MARROQUINERIA-ENERO-2025.pdf

Martínez, C. (2025). Transformación en las dinámicas de consumo: la era digital. UDC.

Pabón, I. (2023). Integración interorganizacional a través del proceso de desarrollo de nuevos productos en las microempresas del sector de calzado y marroquinería de Bogotá. Universidad Nacional de Colombia. https://bffrepositorio.unal.edu.co/server/api/core/bitstreams/d8d1e4a9-a547-4e4d-b539-2f5c22744629/content

Pinzón, O. (2022). Lovemarks e investigaciones académicas en mercadotecnia: avance de un proceso de revisión sistemática de literatura. Clío América, 16(31), 758. https://doi.org/10.21676/23897848.4859

Quimi, R. (2026). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor para la decisión de compra de calzado femenino en el Cantón La Maná. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador. https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ff0606c8-76e9-48eb-b731-252b76575321/content

Quiñónez, M. (2024). Lovemarks: oportunidad de subsistencia para las cadenas de farmacias del DMQ, Ecuador. Bastcorp International Journal, 3(2), 161-190. https://doi.org/10.62943/bij.v3n2.2024.115

Ramírez, D. (2025). No es el Cuero, es el Modelo: Diseñando Calzado Colombiano desde la Estrategia. Universidad de los Andes. Facultad de Arquitectura y Diseño. Bogotá. https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/9c7a0da9-d905-4a5e-9902-3866061c4311/full