

# I.6. INDUSTRIA DE CALZADO ACTIVIDADES DE 2009 EXPECTATIVAS DE 2010

Observatorio de Mercado del Calzado



Observatorio de  
Mercado del  
Calzado



# Industria de Calzado Actividades de 2009 Expectativas de 2010

COLABORADORES:



Y



APOYADO POR:



COORDINADOR:



**Edita**

INESCOP. Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas

**Elabora**

Departamento de Investigación y Análisis Estratégico

**Coordinador**

Pascual Martínez Ibáñez

**Equipo Técnico**

Olivia Cristina Estrella López

Jorge Romaní Ramírez

Carmen Elda Sirvent López

Las informaciones y datos en este informe han sido debidamente verificados, no obstante, INESCOP no acepta ninguna responsabilidad por su uso.

©INESCOP. Reservados todos los derechos y en particular, los de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, incluso parcial.

## Índice

1. Introducción.....	4
2. Ficha técnica .....	5
3. Coyuntura económica. Año 2009 y expectativas 2010 .....	6
3.1.- Economía mundial .....	6
3.2.- Economía europea .....	7
3.3.- Economía española.....	8
4. Coyuntura de la industria de calzado. Año 2009 y expectativas 2010.....	10
4.1.- Ventas al mercado nacional por tipo de calzado .....	10
4.2.- Ventas a los mercados de la Unión Europea por tipo de calzado .....	14
4.3.- Ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea por tipo de calzado .....	18
4.4.- Precios de fábrica por tipo de calzado.....	22
4.5.- Empleo.....	26
4.6.- Resumen .....	27
5. Anexo. Tipología de calzado.....	28
Otras publicaciones del Observatorio de Mercado del Calzado .....	29



## 1. Introducción

El Informe de Actividades y Expectativas de la Industria de Calzado recoge, de forma agregada, los datos de actividad industrial facilitados por los industriales participantes en el Observatorio de Mercado del Calzado, referentes a 2009 y sus expectativas de actividad para 2010.

El objetivo del Informe es proporcionar a los industriales del sector, indicadores de negocio tan esenciales como: ventas, precios de fábrica, empleo, etc. Estos datos se encuentran agrupados por la tipología de calzado consensuada con las asociaciones sectoriales y por los industriales participantes en el Observatorio.

Esta tipología es un ejemplo más de nuestra voluntad de continua mejora y adaptabilidad a la realidad cambiante del sector. Conforme se ha avanzado en este proyecto y se han acumulado experiencias, también la tipología ha ido recogiendo estas nuevas inquietudes. La pueden encontrar en el anexo.

Ahora bien, aunque a todos los encuestados se les ha preguntado sobre la tipología al completo, los resultados que se presentan en este Informe están desagregados sólo por aquellos tipos con un número suficiente de industriales. La muestra, pues, se caracteriza por la siguiente distribución de frecuencias por tipo de calzado:

Deportivo Técnico (30), Deportivo General (21), Profesional (34), De Niño (84), De Ir por casa (38), Informal Señora (181), Informal Caballero (108), De Vestir Señora (97), De Vestir Caballero (37), De Diferentes anchos Señora (18), De Diferentes anchos Caballero (10) y Ortopédico (24).

INESCOP, con el apoyo de la Consellería de Industria, Comercio e Innovación, el Instituto de Mediana y Pequeña Industria Valenciana, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la colaboración de la patronal del sector, FICE, así como de las asociaciones sectoriales AEC y AREC, proporciona con el Observatorio de Mercado del Calzado y el presente Informe una herramienta esencial que permite analizar la situación actual y futura de nuestro sector.

Un año más, con este Informe se ha buscado la especialización de la información. La metodología se ha desarrollado, de inicio a fin, con el objetivo de satisfacer las necesidades específicas del sector y ello se ha plasmado en dos elementos principales:

- la configuración del cuestionario, elemento esencial de la recogida de información. Para su diseño se ha elaborado un sistema de indicadores en el que se combinan los distintos ámbitos de la empresa con la naturaleza de la influencia psicosocial de los indicadores.
- las entrevistas se han realizado por personal de INESCOP. De esta forma, se ha simplificado la participación de los entrevistados y, en especial, se ha mejorado el análisis e interpretación de los resultados gracias a la especialización del equipo de entrevistadores.

Todo este esfuerzo se sustenta en el apoyo que desde el sector se está recibiendo. Prueba de ello es el crecimiento que se ha experimentado, año tras año, en el número de empresas que colaboran con el Observatorio de Mercado del Calzado. Precisamente, el presente informe es el resultado de la participación de 374 empresas que con sus aportaciones anuales hacen realidad este sistema de información.

Además, el presente informe se verá complementado a lo largo del año por el “Informe Sectorial del Calzado en España”, con un carácter marcadamente estructural. De esta forma, ambos estudios constituyen las herramientas necesarias para describir el presente y futuro inmediato del sector.



## 2. Ficha técnica

**Ámbito geográfico:** España.

**Unidad de análisis:** empresas ubicadas en España cuyo epígrafe en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) es el 193: Fabricación de Calzado y el 5142: Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado. De este último epígrafe son objeto de análisis sólo las empresas cuya actividad es el comercio al por mayor de calzado.

**Universo estimado (Ñ):** 6.634 empresas según datos del INE de 2007.

**Marco muestral:** base de datos resultante de la integración de las de socios del Instituto Tecnológico del Calzado (INESCOP), asociaciones sectoriales, y la adquirida de Dun & Bradstreet, Inc. (D&B), actualizadas a fecha de noviembre de 2009.

**Tamaño muestral (n):** 374 empresas.

**Ponderación:** los coeficientes de ponderación se determinan a partir de los datos del INE por volumen de facturación y tipo de actividad del industrial, como fabricante o como comercio al por mayor. Los coeficientes de ponderación resultantes para cada cuota son: 0,05695 (fabricantes con facturación menor o igual a 500.000 euros), 0,64680 (fabricantes con facturación mayor a 500.000 € y menor o igual a 2.000.000 €), 1,08009 (fabricantes con facturación mayor a 2.000.000 € y menor o igual a 4.000.000 €), 1,76135 (fabricantes con facturación mayor a 4.000.000 €), 3,98633 (comerciantes al por mayor/comerciales con facturación menor o igual a 500.000 euros), 1,90950 (comerciantes al por mayor/comerciales con facturación mayor a 500.000 € y menor o igual a 2.000.000 €), 0,78642 (comerciantes al por mayor/comerciales con facturación mayor a 2.000.000 € y menor o igual a 4.000.000 €) y 0,20404 (comerciantes al por mayor/comerciales con facturación mayor a 4.000.000 €).

**Herramienta de recogida de información:** cuestionarios aplicados mediante entrevista telefónica a directivos de las empresas.

**Trabajo de campo:** realizado por INESCOP durante los meses de enero y febrero de 2010.



### 3. Coyuntura económica. Año 2009 y expectativas 2010

#### 3.1.- Economía mundial

Los años 2008 y 2009 han representado para la economía mundial un periodo de gran inestabilidad. Aunque el detalle de las causas de la inicial crisis financiera está aún por determinar, desde el Fondo Monetario Internacional se ha apuntado a que el origen ha sido el periodo de crecimiento elevado y las bajas tasas de interés. Ambas situaciones dieron lugar a un exceso de optimismo que, junto a las limitaciones en la disciplina del mercado, en la regulación financiera, en las políticas macroeconómicas y en la supervisión mundial, han tenido consecuencias sin precedentes.

De la crisis financiera se ha pasado a la peor recesión mundial desde hace décadas. En 2009 se ha producido una caída del producto y del comercio mundial que ha afectado a numerosos sectores y países y, en general, a la confianza de empresas y consumidores. Aún así, a pesar de las medidas adoptadas, el círculo vicioso “tensión financiera-actividad tenue” se ha mantenido.

Ahora bien, según las últimas previsiones disponibles del Fondo Monetario Internacional (FMI, enero 2010) la situación está en vías de cambiar. La reactivación de la producción y el comercio a nivel mundial se ha producido en el segundo semestre del año pasado. No obstante, la recuperación presenta ritmos muy diferenciados a nivel geográfico, por lo que, mientras en las economías avanzadas, la salida a la crisis se prevé más lenta de lo normal, en las economías emergentes y en desarrollo la vigorosidad prevista es mayor.

Analicemos, pues, algunas de las economías más significativas. Estados Unidos ha acabado 2009 con un crecimiento negativo interanual en su producto interior bruto del 2,4%. Sin embargo, la evolución en los últimos meses del pasado año ha apuntado a una mejoría. También por el lado positivo, las exportaciones han vuelto a comportarse mejor y la recuperación del consumo privado es esperanzadora. Es más, aún cuando los estímulos se han retirado, el consumo ha mostrado mayor ímpetu del esperado.

Por el lado negativo, para el servicio de estudios de La Caixa tres son los principales problemas que persisten en la economía estadounidense: el endeudamiento de las familias, la debilidad del mercado laboral y la resaca de la burbuja inmobiliaria. Respecto al mercado de la vivienda, todavía existe sobreoferta. Así, la actual atonía de este sector previsiblemente se mantendrá unos meses más. Tampoco en el mercado de trabajo, donde se perdieron en 2009 4,8 millones de empleos según el Bureau of Labor Statistics, se prevé una recuperación inmediata.

Por su parte, la economía china ha experimentado una evolución diferente. Según el Banco Mundial, su crecimiento en 2009 ha ascendido al 8,9% y en los primeros meses del nuevo año la tendencia positiva se ha mantenido. De acuerdo a esta misma institución, la inversión ha sido el factor determinante en este crecimiento. A ello se le ha unido, más recientemente, el incremento en la inversión inmobiliaria y el buen comportamiento del consumo de las economías domésticas.

La actividad comercial china también se ha visto afectada por la difícil situación por la que han atravesado sus principales clientes. Así, las exportaciones han caído en su conjunto en 2009 mientras que las importaciones no se han resentido. No obstante, a principios de 2010 los niveles exportadores han alcanzado valores superiores a los de antes del inicio de la crisis. Por su parte, la recuperación también se prevé para la inflación que el año pasado ha sido negativa.

*Fuente: Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y La Caixa*



### 3.2.- Economía europea

Con el final de 2009 ha llegado la recuperación a la eurozona. El crecimiento en los dos últimos trimestres del año pasado nos ha permitido hablar, desde un punto de vista técnico, del final de la recesión. De todas formas, para el año en su conjunto la variación en el producto interior bruto ha sido de cuatro puntos porcentuales negativos. Según el servicio de estudios de La Caixa, esta evolución se explica por la debilidad, tanto de la inversión como del consumo, y por el papel protagonista de las exportaciones.

El sector exterior es el que mejor comportamiento ha mostrado en los últimos meses. Por una parte, las exportaciones han crecido con fuerza desde el pasado mes de octubre y por otra, las importaciones han reducido su caída aunque en menor medida que las primeras. Además, a esta situación también ha contribuido favorablemente la depreciación reciente del euro. Respecto a esta evolución del tipo de cambio conviene mencionar que si bien favorece la contribución del sector exterior a la recuperación también constituye un indicio de cómo los mercados han revisado a la baja las perspectivas de crecimiento de la eurozona.

La lentitud del proceso de recuperación ha tenido sus mejores aliados en el consumo privado y la inversión. Aún en el cuarto trimestre de 2009, las ventas minoristas han seguido sumidas en la atonía y, aunque la confianza del consumidor está aumentando, dista todavía de niveles razonables. Además, la situación del mercado de trabajo tampoco ha beneficiado la mejora. La tasa de desempleo en diciembre alcanzó el 10% y a pesar de que la situación parece tender a la mejora el camino a recorrer es previsiblemente largo.

En cuanto a la inversión, la debilidad también es manifiesta. Bien es cierto que el índice de producción industrial se sigue recuperando con rapidez, sin embargo, la baja utilización de la capacidad productiva será previsiblemente un freno para la recuperación de este componente de la demanda, según sostiene la fuente consultada.

Por países, la economía alemana ha cerrado 2009 con una caída de su producto interior bruto del 4,9%, su mayor retroceso desde la Gran Depresión. Ahora bien, por trimestres, el comportamiento ha sido dispar. Mientras que en el segundo y tercer trimestre la evolución parecía prever una mejora, en los últimos tres meses del pasado año se ha producido un estancamiento y ello se ha debido al comportamiento del consumo y de las existencias. Por el lado positivo, indicadores de oferta y la mejora del sector exterior apuntan a favor de un futuro crecimiento sostenido.

Al igual que en Alemania, el segundo trimestre de 2009 ha supuesto un cambio de tendencia para Francia. En el país galo, al contrario que en el germano, los últimos meses del año pasado no han pasado factura. Es más, el crecimiento ha sido liderado por el consumo privado y la variación de existencias. No obstante, precisamente estas mismas fuentes se verán previsiblemente mermadas por la reducción de las medidas de estímulo económico gubernamentales. Aún así, las previsiones del gobierno sitúan a su economía en 2010 en unos niveles de crecimiento superiores a la media europea.

Las economías italiana y británica también esperan recuperarse en este año. En el primer caso, con una previsión del FMI de un crecimiento algo inferior a la media de la zona euro y en el segundo, con un incremento del producto interior bruto similar al resto de las principales economías europeas. De hecho, la recuperación ya se ha iniciado en el último trimestre de 2009 en el Reino Unido y en Italia, aunque la mejoría del tercer trimestre no ha cuajado en el cuarto, sí se espera un crecimiento futuro.

*Fuente: La Caixa*



### 3.3.- Economía española

La economía española ha experimentado en 2009 uno de sus peores años en términos de crecimiento. De hecho, la caída anual del producto interior bruto ha sido la mayor desde mediados del siglo pasado. También es cierto, según el servicio de estudios de La Caixa, que en el último trimestre del año este dato apunta a una atenuación de la recesión. Esta misma fuente, también apunta a que la mejoría ha tenido su origen en los estímulos fiscales y monetarios y en la recuperación de la economía mundial, especialmente, la de los mercados financieros.

El análisis de los componentes del producto interior bruto nos indica que su retroceso se ha debido a la reducción de la demanda interna mientras que el sector exterior ha contribuido de forma positiva a la evolución económica. Respecto a la primera, su principal elemento, el consumo de las economías domésticas, ha caído en 2009 en un 5%. Aún así, en el cuarto trimestre del año, parece haberse producido una leve mejora cuyos fundamentos han sido la moderación en la caída del empleo, la ganancia de poder adquisitivo de los ocupados y el efecto riqueza asociado al alza de las bolsas.

Respecto a la inversión, la caída ha sido todavía mayor. En concreto, más de tres veces la del consumo privado. Especialmente significativo ha sido el descenso de la inversión en bienes de equipo, más de un 20%, y en construcción, más de un 10%. En cualquier caso, en los últimos meses de 2009 el ritmo de decrecimiento parece estar reduciéndose y ello se ha reflejado en las dos partidas mencionadas.

Por el contrario, el sector exterior lleva ocho trimestres consecutivos contribuyendo al crecimiento. El descenso de las importaciones ha superado en 2009 a la caída en las exportaciones. Además, en el cuarto trimestre del año, tanto unas como otras han mejorado su comportamiento, fiel reflejo de la mayor demanda exterior.

Por el lado de la oferta, todos los sectores de la economía española se han visto afectados por la situación crítica. Por orden, las mayores contracciones anuales del valor añadido se han producido en la industria, la energía, la construcción, la agricultura y los servicios privados. Sólo los servicios públicos han crecido y, aún así, casi la mitad que en 2008. En el extremo opuesto, la reducción de casi un 15% que ha experimentado la industria.

La difícil situación del sector secundario se ha manifestado no sólo en la evolución de su valor añadido sino también en su producción. En este caso, es especialmente significativo el decremento en los bienes de consumo duraderos. No obstante, en el cuarto trimestre de 2009 el valor añadido de la industria ha experimentado crecimiento y, previsiblemente, así continuará según el servicio de estudios de La Caixa. Por otro lado, para el caso de los servicios, el comienzo del año pasado fue difícil. Ahora bien, conforme ha avanzado el mismo se ha producido una progresiva mejora de la que se ha beneficiado, principalmente, el comercio.

Los efectos de la crisis han tenido su reflejo en el importante incremento en los concursos de acreedores cifrado en más de un 70%. Además, la creación de nuevas empresas también se ha visto resentida. En 2009 se han constituido casi un 25% menos de empresas mercantiles y el capital medio suscrito también se ha reducido en algo más del 20%. Por su parte, la disolución de empresas también ha crecido en un 7,2%.

Alcanzando un record histórico, la inflación media anual se ha situado en -0,3% en 2009, la más baja desde 1952. Ahora bien, la tendencia de los precios al consumo ha experimentado dos etapas en el pasado año. Hasta julio la inflación ha bajado a niveles no vividos desde hacía décadas y, a partir de agosto, se ha producido un repunte atribuible a carburantes y combustibles.



Según el servicio de estudios de La Caixa, tras la evolución de la inflación en 2009 se encuentran dos factores fundamentales. Por un lado, la contracción del consumo. Ante la escasa demanda, las empresas se han visto en la necesidad de contener o, incluso, rebajar sus precios. Por otro, la variación en los precios de los carburantes y combustibles. Hasta mayo estos precios han estado cayendo. Sin embargo, a partir de esta fecha se ha revertido la tendencia.

Desde principios de año la inflación ha seguido aumentando aunque moderadamente. De hecho, el incremento del 1% en enero ya se ha reducido a un 0,8% en febrero, según los últimos datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE). Es previsible, por tanto, para el servicio de estudios de La Caixa, que la inflación en 2010 se sitúe en tasas moderadas. Aunque el efecto de la subida del impuesto sobre el valor añadido tendrá sus consecuencias, la debilidad del consumo se espera contribuya a la contención de este índice.

En cuanto al mercado de trabajo, en los últimos dos años el descenso en el empleo ha sido de 1.831.000 personas. La pérdida de ocupación ha sido generalizada para todos los sectores pero el más afectado en términos relativos ha sido la construcción. También es cierto, sin embargo, que en los últimos trimestres de 2009 la caída en el empleo se ha moderado, beneficiado por el plan de obras municipales.

Según la Encuesta de Población Activa (EPA) del INE, la caída del empleo en la industria ha alcanzado el 11,9% en el último año, sólo por detrás del descenso ya mencionado de la construcción. Por subsectores, la situación ha sido desigual, aunque en la mayoría de ellos, ha habido reducción. Este comportamiento diferenciado por subsectores también se ha producido en el sector servicios donde los principales afectados han estado vinculados a la construcción. No obstante, el sector terciario es el que menos descenso relativo en el empleo ha sufrido.

En 2009 la estimación que de la población en edad de trabajar ha realizado la EPA ha resultado en un incremento. Por primera vez en las últimas décadas, sin embargo, se ha producido una variación anual negativa de esta población. Ello es atribuible, según el servicio de estudios de La Caixa, al desánimo por las dificultades de encontrar trabajo.

Así, la conjunción de la evolución del empleo y de la población activa explica los 4.326.500 desempleados en el último trimestre de 2009. El incremento del paro en el pasado año se ha cifrado en algo más de un millón de personas aunque la evolución trimestral ha apuntado a una cierta moderación. Los últimos datos disponibles de enero de 2010 han recogido un nuevo aumento del paro registrado pero también la comentada desaceleración en este proceso. No obstante, el Gobierno ya trabaja en una reforma del mercado laboral y en febrero se ha firmado un acuerdo de negociación colectiva.

Por su parte, según la Encuesta Trimestral de Coste Laboral del INE, los costes laborales por trabajador en 2009 han crecido aunque la variación interanual del último trimestre del año muestra el crecimiento más bajo desde el tercer trimestre de 2005. En cualquier caso, el incremento en los meses de octubre a diciembre se ha debido principalmente al componente salarial y por sectores económicos, la construcción es el que ha registrado, en este trimestre y en los anteriores también, el mayor crecimiento en el coste laboral total.

En virtud de la situación descrita, el Gobierno encara la situación con diversas medidas entre las que destaca la Ley de Economía Sostenible cuyo objetivo es sentar las bases para un modelo de desarrollo y crecimiento más sostenible de la economía española.

*Fuente: INE, La Caixa y la Presidencia del Gobierno*



## 4. Coyuntura de la industria de calzado. Año 2009 y expectativas 2010

### 4.1.- Ventas al mercado nacional por tipo de calzado

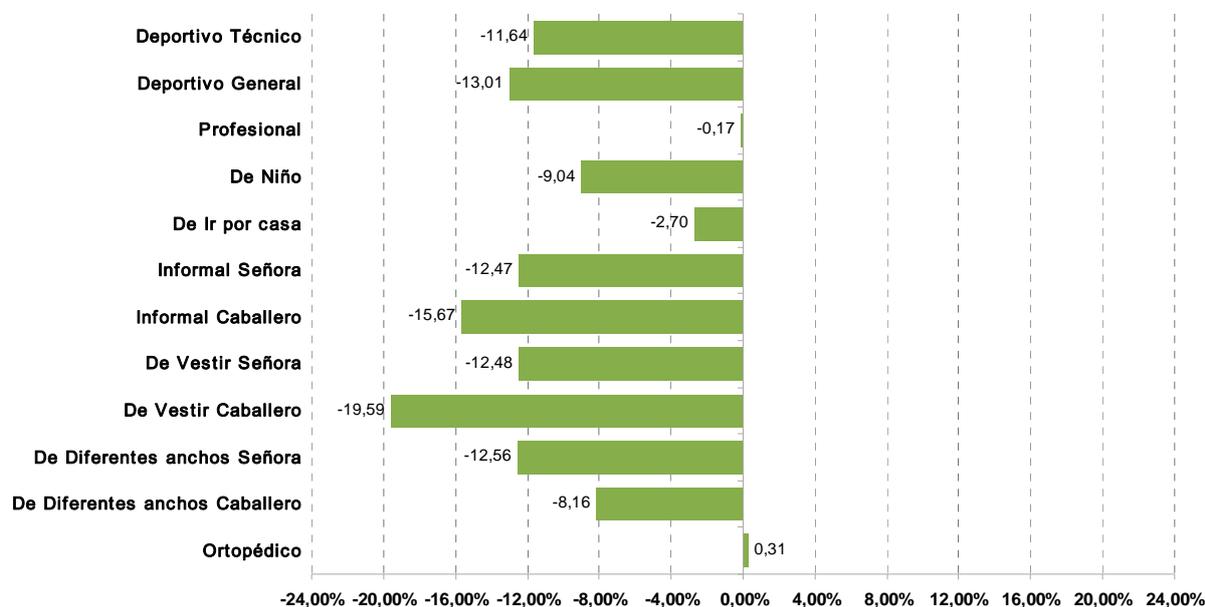


Gráfico 1a. Variación de ventas en pares al mercado nacional en 2009 respecto a 2008

La variación de ventas en 2009 respecto a 2008 ha sido negativa en media para todos los industriales, con independencia del tipo de calzado con el que han trabajado el año pasado. Para la mitad de los tipos, el decrecimiento ha superado el -12% y para una cuarta parte de ellos, el descenso medio ha sido de entre un -6 y un -12%.

Los industriales que fabrican y/o comercializan calzado Ortopédico son los que se han beneficiado de un mejor comportamiento en las ventas nacionales. Ha habido en media un incremento del 0,31% y esto representa la mejor evolución de entre el resto de tipos considerados.

Otros tipos especializados como son el calzado de Ir por casa y el Profesional, también han registrado un comportamiento más positivo que el resto. Así, en estos casos, el descenso medio en las ventas al mercado nacional en 2009 respecto a 2008 ha sido de un -2,70 y un -0,17%, respectivamente.

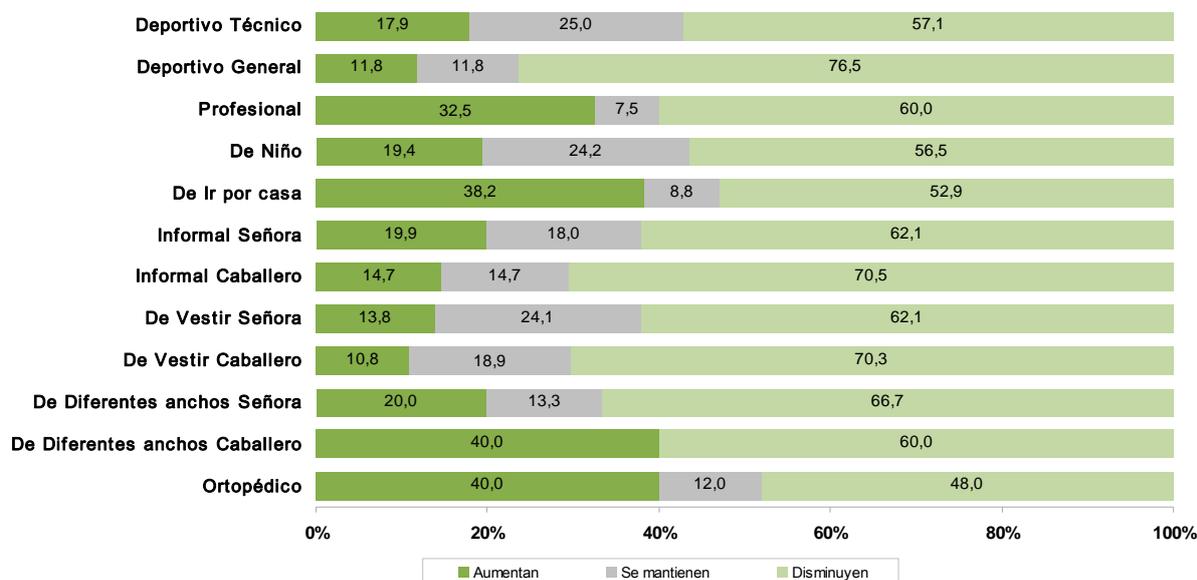


Gráfico 1b. Porcentaje de industriales según su variación de ventas en pares al mercado nacional en 2009 respecto a 2008

Para todos los tipos de calzado, las ventas al mercado nacional se han reducido en 2009 respecto a 2008 para más del 50% de los industriales. La única excepción es la de las empresas que han trabajado con calzado Ortopédico. En este caso, la proporción de las que han visto caer sus ventas y las que las han visto aumentar es similar, aunque algo mayor la del decrecimiento. En concreto, se cifra en un 48 y 40%, respectivamente.

También en el lado positivo, cuatro son los tipos para los que más de un 30% de los industriales que trabajan con ellos han experimentado un crecimiento en sus ventas nacionales. Estos son: el calzado Ortopédico, el calzado de Diferentes anchos de Caballero, el calzado de Ir por casa y el calzado Profesional.

Comparando la distribución del calzado de Diferentes anchos de Caballero con los resultados del gráfico 1a se observa una aparente paradoja. El porcentaje de industriales con un crecimiento en sus ventas es uno de los mayores, sin embargo, la variación media negativa es bastante superior a la de otros tipos con una proporción similar. Esto se explicaría por el hecho de que los incrementos experimentados por aquellos que han presentado resultados positivos han sido relativamente menores a los decrementos de los industriales cuyas ventas han descendido.

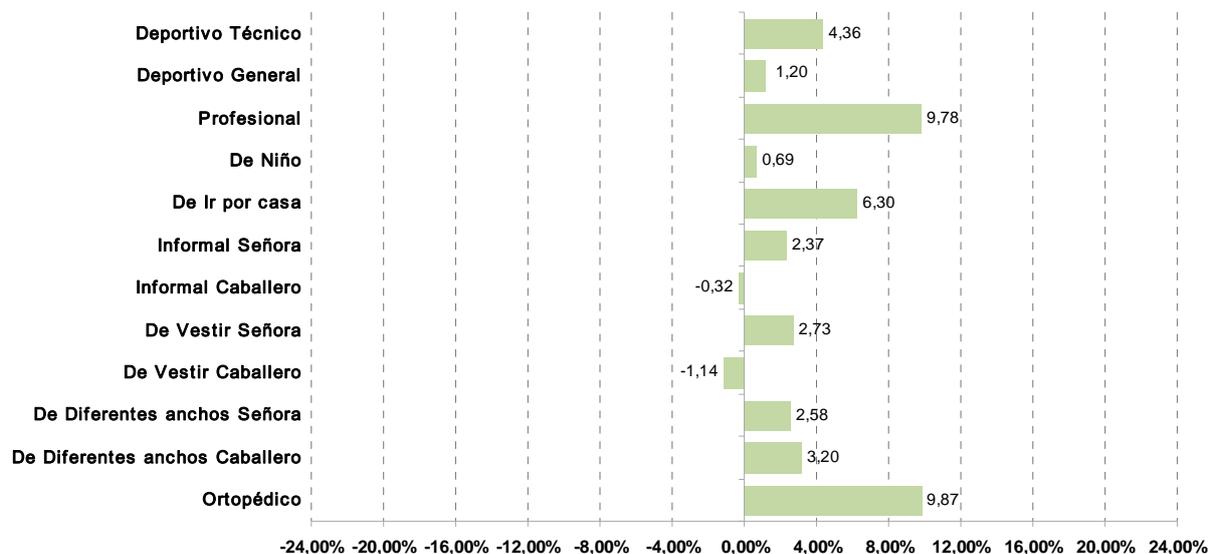


Gráfico 1c. Variación esperada de ventas en pares al mercado nacional en 2010 respecto a 2009

La variación esperada de las ventas al mercado nacional en 2010 respecto a 2009 será positiva en media para todos los industriales, excepto para aquellos que fabrican y/o comercializan calzado Informal Caballero y calzado de Vestir Caballero. En concreto, la previsión más favorable es la que han realizado las empresas que trabajan con calzado Profesional y/o con calzado Ortopédico. Además, para la mitad de los tipos de calzado, las expectativas son de incrementos medios de hasta un 4%.

De la comparación de la variación esperada para 2010 con la variación ya experimentada en 2009, se concluye que las expectativas son más optimistas. Además, existe una coincidencia entre aquellos tipos con mejor comportamiento el año pasado y los que este año esperan tener mayores incrementos en sus ventas nacionales. Hablamos de: calzado Ortopédico, calzado Profesional y calzado de Ir por casa.

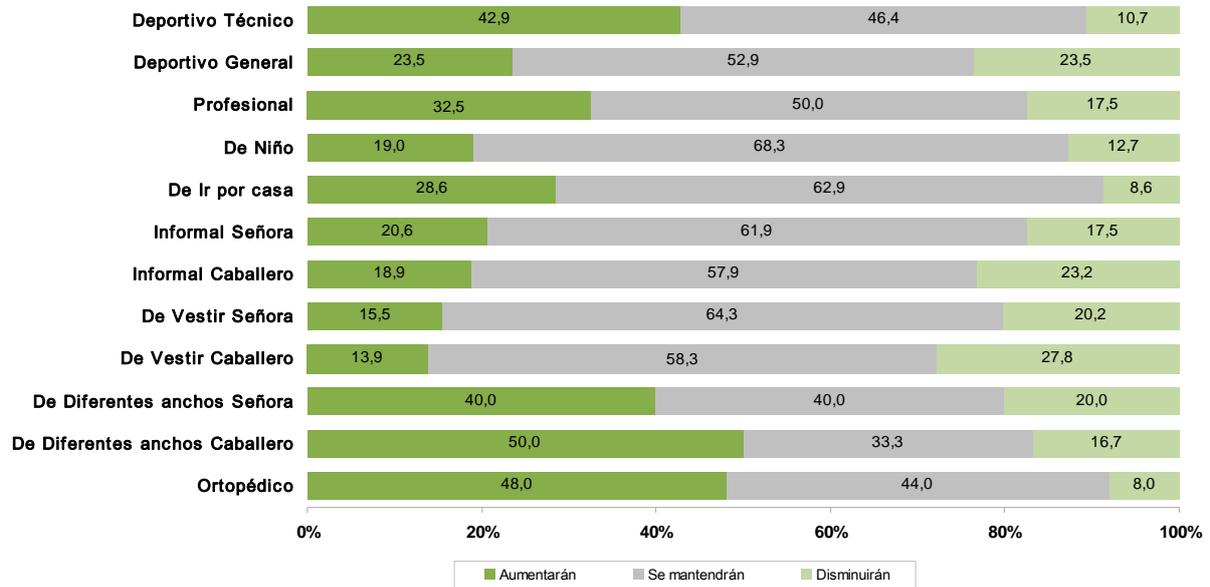


Gráfico 1d. **Porcentaje de industriales según su variación esperada de ventas en pares al mercado nacional en 2010 respecto a 2009**

El porcentaje de industriales que en 2010 esperan mantener su nivel de ventas igual que en 2009 es de al menos el 40% para todos tipos de calzado salvo uno: el calzado de Diferentes anchos de Caballero. Ahora bien, esta proporción también se alcanza y supera en la expectativa de que aumentarán, en los casos del calzado de Diferentes anchos de Caballero, calzado Ortopédico, calzado Deportivo Técnico y calzado de Diferentes anchos de Señora.

La comparación con la variación esperada en el gráfico 1c arroja, como es habitual, aparentes paradojas. Por ejemplo, aunque la variación esperada en el calzado Ortopédico y en el calzado Profesional es similar, las distribuciones son algo distintas. En ello debe jugar un papel, la cuantía de las variaciones tanto positivas como negativas de cada grupo de industriales y para cada tipo de calzado.



## 4.2.- Ventas a los mercados de la Unión Europea por tipo de calzado

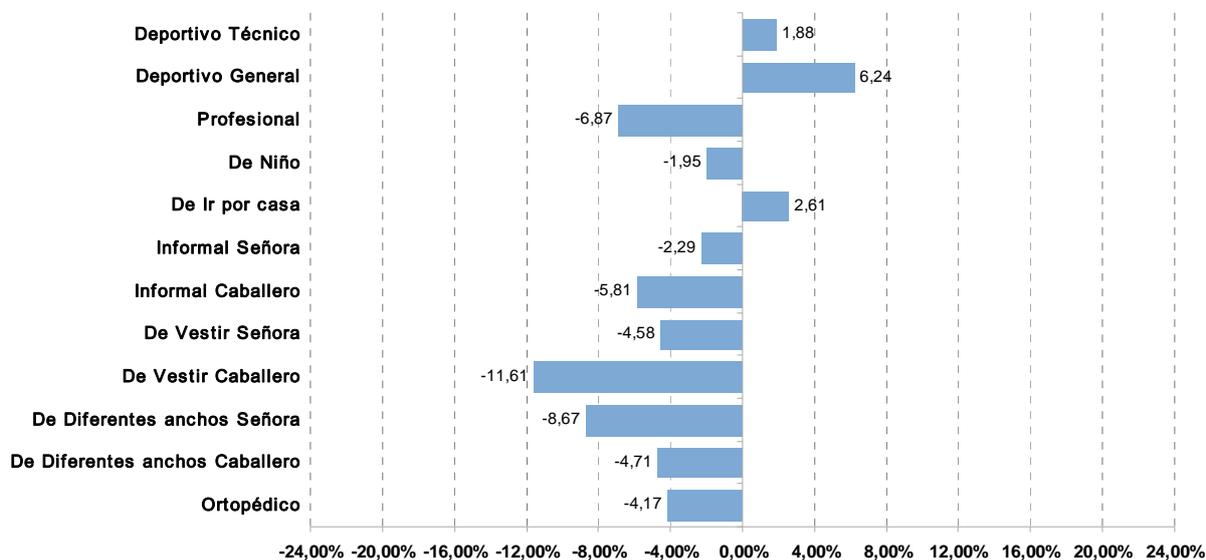


Gráfico 2a. Variación de ventas en pares a los mercados de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008

El calzado que mayor crecimiento ha experimentado a los mercados de la Unión Europea ha sido el Deportivo General, con un incremento medio de más del 6%. El segundo y tercer incremento más importante ha sido vivido por los fabricantes y/o comerciales de calzado de Ir por casa y calzado Deportivo Técnico. En estos casos, las variaciones de las ventas internacionales en 2009 respecto a 2008 casi han alcanzado el 3 y el 2%, respectivamente.

Para los restantes tipos, la evolución ha sido negativa. Las variaciones negativas oscilan desde un casi -2% hasta algo más de un -11%. En la mayoría de los casos el decremento se sitúa entre un -4 y un -6%. En los tipos con diferenciación de género, la peor variación es la que ha experimentado el calzado de caballero, excepto en el calzado de Diferentes anchos, en el que la variación media negativa del calzado de señora casi doble al de caballero.

Comparando la evolución en el mercado nacional y europeo (gráficos 1a y 2a), se observa que el calzado de Vestir Caballero ha presentado la peor evolución de entre todos los tipos y en ambos mercados. En el extremo opuesto, el calzado de Ir por casa ha presentado en media de entre las mejores variaciones en ambos mercados.

Un caso singular es el del calzado Deportivo General. En el mercado nacional es uno de los tipos de calzado que mayor caída ha experimentado y, sin embargo, en el mercado internacional, es el que ha presentado el mayor incremento.

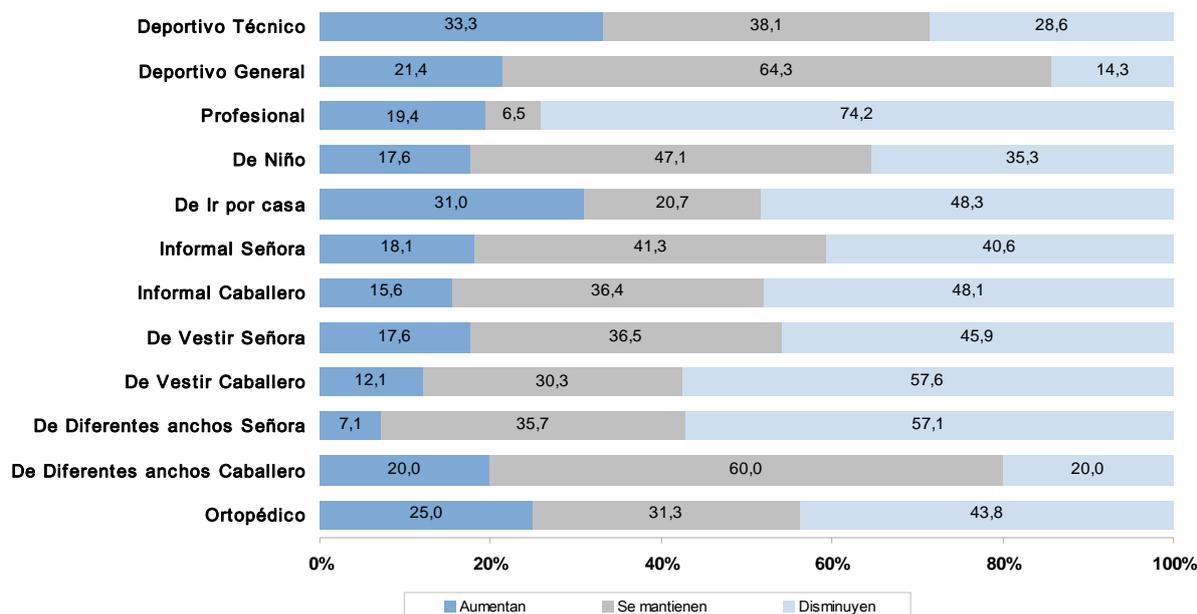


Gráfico 2b. **Porcentaje de industriales según su variación de ventas en pares a los mercados de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008**

Para más de la mitad de los tipos, el porcentaje de industriales cuyas ventas a los mercados europeos en 2009 han disminuido representa entre un 40 y un 60%. Esta proporción es especialmente significativa en el caso del calzado Profesional, donde casi tres cuartas de partes de las empresas que trabajan con este tipo han manifestado que sus ventas en este mercado en 2009 han caído respecto a las de 2008.

Por el contrario, aproximadamente un tercio de los industriales que fabrican y/o comercializan calzado Deportivo Técnico y/o calzado de Ir por casa, han visto crecer sus ventas a nivel europeo. Sin embargo, también en este último tipo la proporción de los que han experimentado un descenso en las mismas es de las más elevadas, alcanzando prácticamente al 50% de las empresas.

Un ejemplo que merece un análisis más profundo al comparar esta distribución con el gráfico 2a es el siguiente. Por este orden, los tipos con una variación media más elevada son: el calzado Deportivo General, el calzado de Ir por casa y el calzado Deportivo Técnico. Sin embargo, si comparamos sus distribuciones, se observa el papel relevante que juega no sólo la proporción de industriales en cada grupo sino también las variaciones en sí.

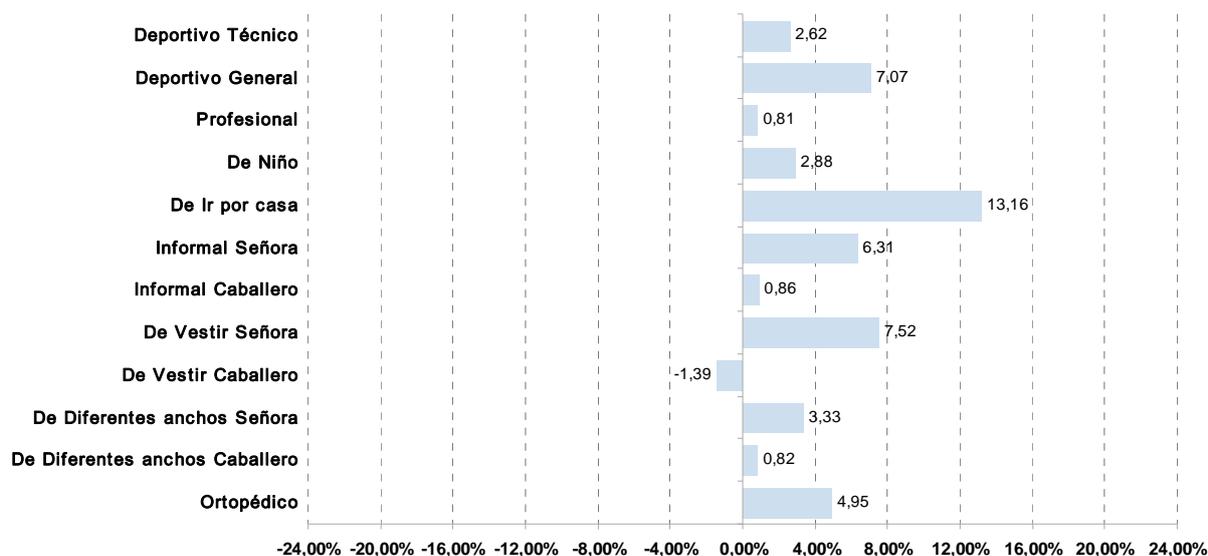


Gráfico 2c. Variación esperada de ventas en pares a los mercados de la Unión Europea en 2010 respecto a 2009

Con diferencia, el tipo para el que se espera un mayor crecimiento en media de las ventas a la Unión Europea es el calzado de Ir por casa. Para el resto, también se prevé un incremento aunque su porcentaje medio es muy distinto según el tipo de calzado. Oscila entre un 0,81 y un 13,16% para el calzado Profesional y el calzado de Ir por casa, respectivamente.

La única excepción a la variación positiva es el calzado de Vestir Caballero. Los industriales que trabajan con él esperan que las ventas europeas en 2010 caigan casi un 1,5% con respecto a las de 2009. Además, se puede afirmar que en los tipos en los que se ha contemplado diferenciación de género: el calzado Informal, el calzado de Vestir y el calzado de Diferentes anchos, el mejor comportamiento se espera para el calzado de señora.

Al comparar la variación pasada con la esperada (gráficos 2a y 2c) se observa que en todos los tipos se espera una mejora respecto a 2009. Especialmente significativos son los casos del calzado de Vestir Señora y del calzado de Diferentes anchos de Señora. Sus ventas a los mercados de la Unión Europea han experimentado en media una caída de aproximadamente un 4,5% y un 8,5%, respectivamente en 2009 respecto a 2008 mientras que para 2010 se espera un incremento medio de algo más de un 7,5% y de un 3%, respectivamente. Por su parte, las ventas de calzado de Ir por casa y de calzado Deportivo General son de las que mejor comportamiento han tenido en 2009 respecto a 2008 y para las que también se espera se mantenga esta tendencia en 2010.

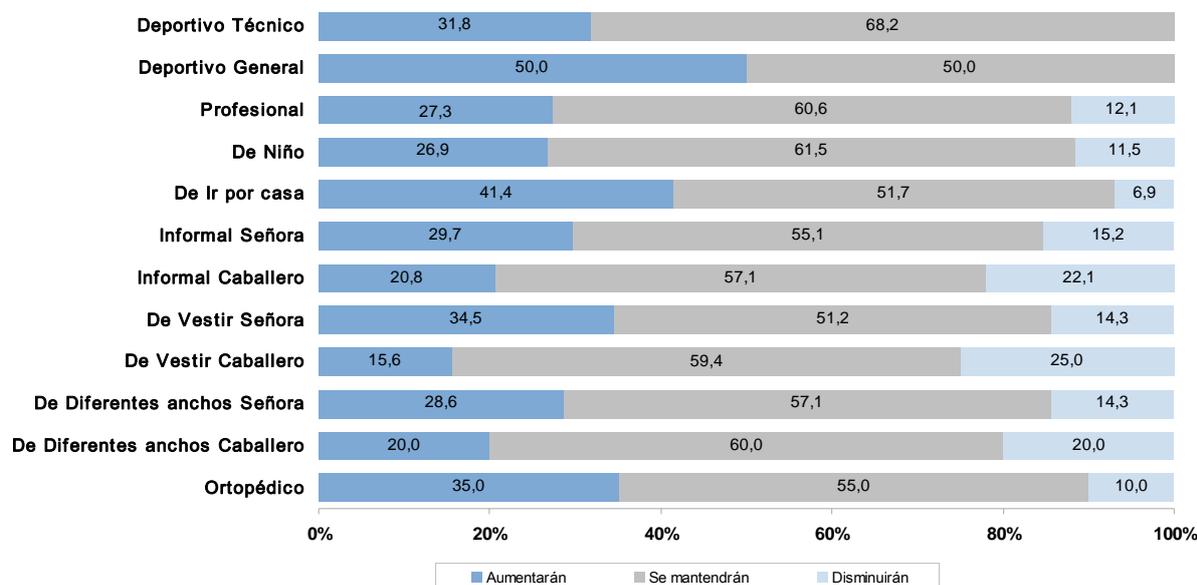


Gráfico 2d. **Porcentaje de industriales según su variación esperada de ventas en pares a los mercados de la Unión Europea en 2010 respecto a 2009**

Para la mitad de los tipos, el porcentaje de industriales que creen que sus ventas en 2010 aumentarán respecto a las de 2009 representa entre el 20 y el 30%. Para el calzado Deportivo General y el calzado de Ir por casa, esta proporción supera el 40%. Esto es, más del 40% de los industriales que fabrican y/o comercializan estos tipos esperan un incremento en sus ventas a los mercados de la Unión Europea en 2010. Además, en el caso del calzado Deportivo General, al igual que en el del Deportivo Técnico, ninguna empresa ha manifestado esperar un descenso.

En el otro extremo, tres son los tipos que alcanzan o superan el 20% de los industriales que esperan ver disminuir sus ventas. Estos son: el calzado de Vestir Caballero, el calzado Informal Caballero y el calzado de Diferentes anchos de Caballero. En cualquier caso, este porcentaje, en la mayoría de los casos, oscila entre un 10 y un 15%.

Comparando la variación esperada del gráfico 2c con la distribución de industriales en los grupos de “Aumentarán”, “Se mantendrán” y “Disminuirán” resultan curiosos algunos casos. Comentemos, a modo de ejemplo, el del calzado Deportivo Técnico y el del calzado de Ir por casa. La proporción de industriales que creen que sus ventas europeas se reducirán es mayor en el calzado de Ir por casa que en el Deportivo Técnico y los que esperan que aumentarán, también. Además, la variación esperada media es bastante inferior en Deportivo Técnico que en Ir por casa. Ello se explicaría porque las variaciones de los industriales que trabajan con calzado de Ir por casa son más positivas que las de los industriales de calzado Deportivo Técnico.



### 4.3.- Ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea por tipo de calzado

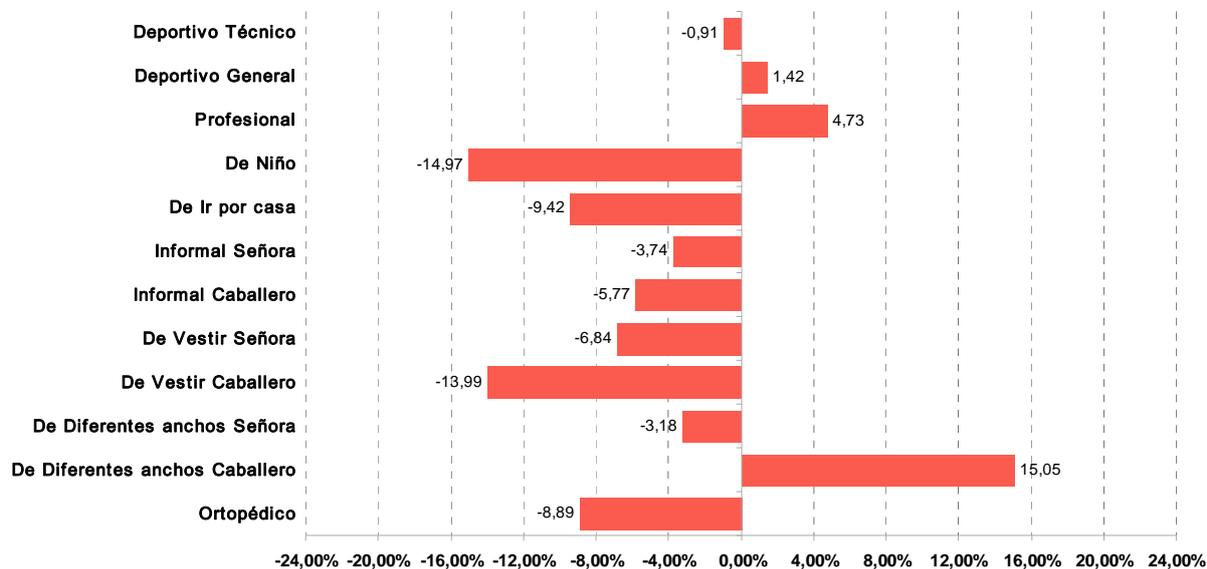


Gráfico 3a. Variación de ventas en pares a los mercados no miembros de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008

Tres son los tipos que han experimentado un crecimiento medio en sus ventas a mercados no miembros de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008. Estos son: el calzado de Diferentes anchos de Caballero, el calzado Profesional y el calzado Deportivo General. En el primer caso, el incremento medio supera el 15% y en los otros dos, es cercano al 5 y al 2%, respectivamente.

Para los restantes tipos, la evolución ha sido negativa. Las variaciones oscilan desde un casi -1% hasta prácticamente un -15%. En la mayoría de los casos el decremento se sitúa entre un -3 y un -9%. No obstante, tipos como el Deportivo Técnico, el de Diferentes anchos de Señora y el Informal Señora, aún experimentando variaciones negativas en las ventas, son los que en términos relativos mejor se han comportado en este grupo.

Comparando la evolución en el mercado europeo y no-europeo (gráficos 2a y 3a), se observa que las ventas de calzado Deportivo General y Deportivo Técnico son de las que mejor comportamiento han tenido en ambos mercados. Lo mismo ocurre, pero en sentido contrario, con el calzado de Vestir Caballero: en ambos mercados las ventas han descendido. Por otra parte, mientras que las ventas a los países miembros de la Unión Europea de calzado de Ir por casa sí han experimentado un crecimiento en 2009 respecto a 2008, las que han tenido por destino países ajenos a la Unión Europea, han sufrido en media un descenso.

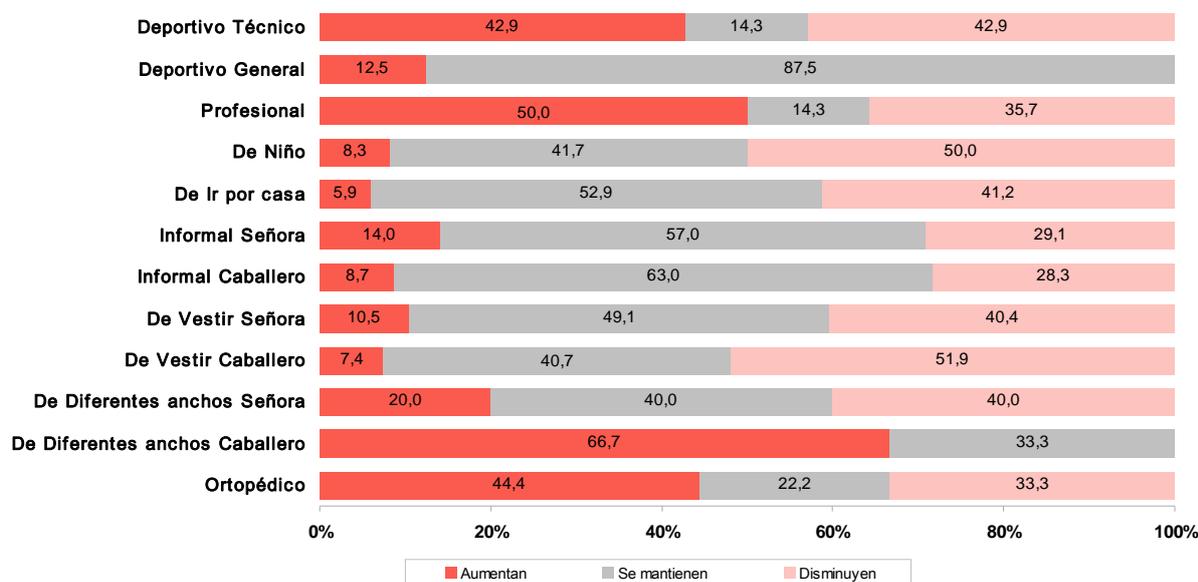


Gráfico 3b. Porcentaje de industriales según su variación de ventas en pares a los mercados no miembros de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008

Para prácticamente la mitad de los tipos, el porcentaje de industriales cuyas ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea en 2009 han disminuido representa entre un 40 y un 50%. Por el contrario, sólo en los casos del calzado de Diferentes anchos de Caballero, del calzado Profesional, del calzado Ortopédico y del calzado Deportivo Técnico más un 40% los industriales que han trabajado con estos tipos ha experimentado un aumento en sus ventas.

Algunos ejemplos que merecen un análisis más profundo al comparar esta distribución con el gráfico 3a son los siguientes. Las ventas de calzado Ortopédico son unas de las que mayor variación negativa han experimentado. Sin embargo, si se observa su distribución, la proporción de industriales que han manifestado que su variación de ventas ha sido positiva es de las más elevadas. Aquí, por tanto, juega un papel relevante no sólo la proporción de industriales sino también las variaciones en sí.

Otro ejemplo que resulta una aparente paradoja, es el del calzado Deportivo General. Teniendo en cuenta que la variación media que han experimentado sus ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea es una de las más elevadas, en la distribución probablemente haya pesado más los incrementos de la minoría que el mantenimiento del cerca de 90% que así se ha manifestado.

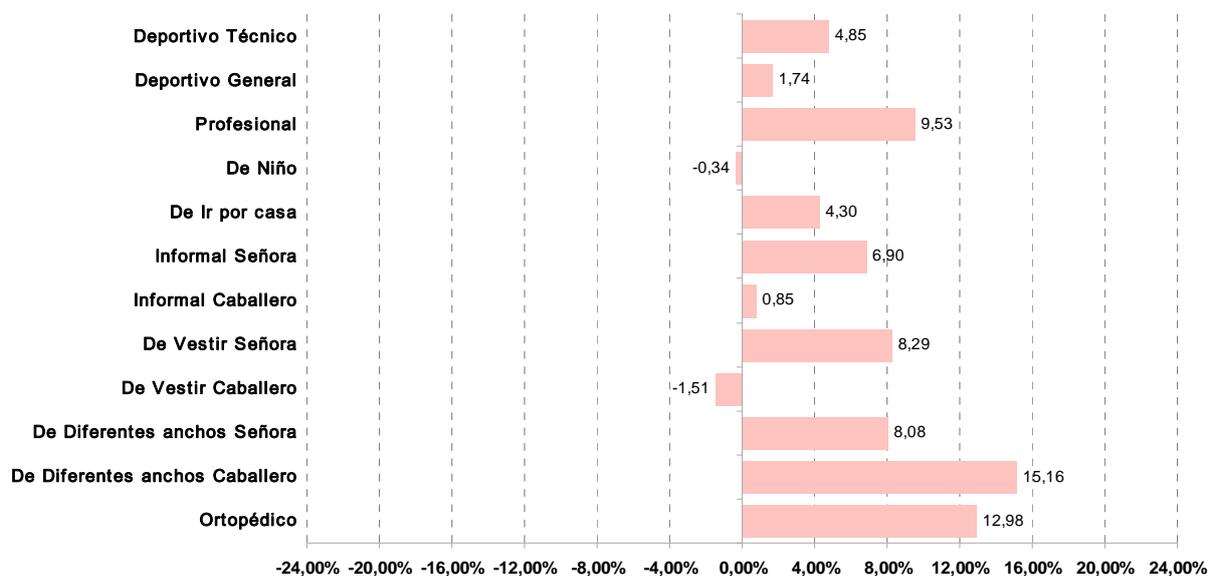


Gráfico 3c. Variación esperada de ventas en pares a los mercados no miembros de la Unión Europea en 2010 respecto a 2009

El calzado de Diferentes anchos de Caballero y el calzado Ortopédico son los tipos que mayores crecimientos esperan obtener en sus ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea en 2010 respecto a 2009. Para el resto, salvo el calzado de Niño y el calzado de Vestir Caballero, también se esperan incrementos en las ventas. En los casos del calzado Profesional, del calzado de Vestir Señora y del calzado de Diferentes anchos de Señora, la variación media esperada se sitúa entre el 8 y el 10%. Además, puede observarse que tanto para el calzado de Vestir como para el Informal, las ventas se comportarán previsiblemente mejor en el calzado de señora.

Al comparar la variación pasada con la esperada (gráficos 3a y 3c) se observa que en todos los tipos se prevé una mejora respecto a 2009. Especialmente significativo, el cambio previsto para el calzado Ortopédico. Además se observa que en los tipos con mejor o peor comportamiento el año pasado, se prevé continuará la misma tendencia, aunque mejorada, en 2010. Por ejemplo, las ventas a mercados no-europeos de calzado de Vestir Caballero han sido de las que mayor descenso han experimentado en 2009 respecto a 2008 y además, las previsiones para 2010 las sitúan en último lugar.

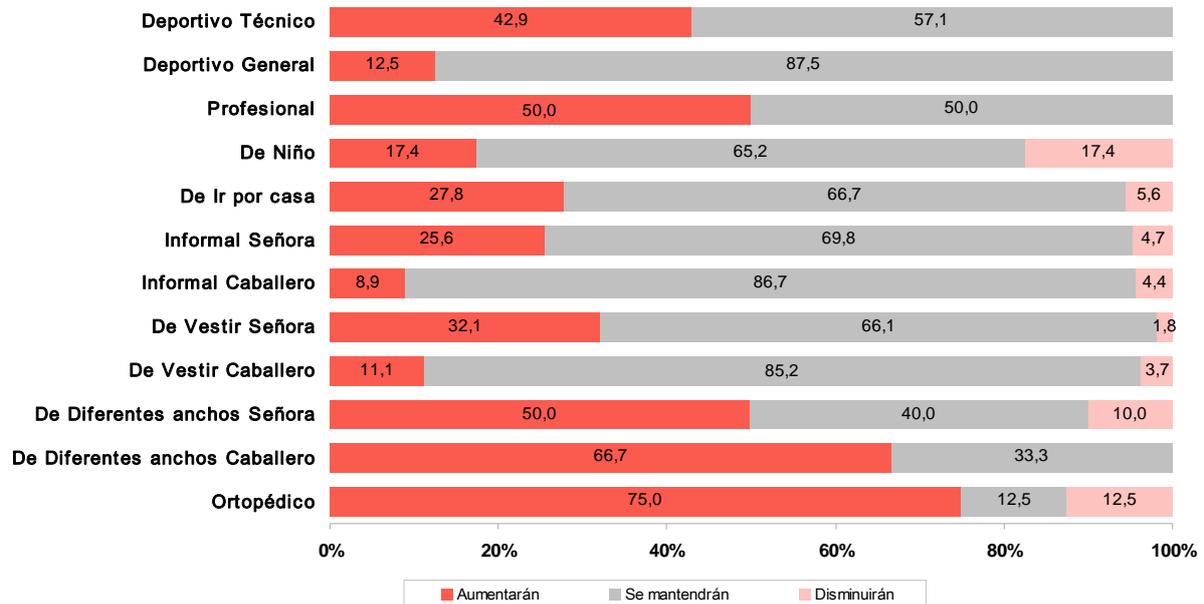


Gráfico 3d. **Porcentaje de industriales según su variación esperada de ventas en pares a los mercados no miembros de la Unión Europea en 2010 respecto a 2009**

Para casi la mitad de los tipos, el porcentaje de industriales que han manifestado que esperan que sus ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea aumenten en 2010 respecto a las de 2009, supera el 40%. Este porcentaje es especialmente elevado en el caso de las empresas que trabajan con calzado Ortopédico y con calzado de Diferentes anchos de Caballero. En concreto, representan el 75 y el 66,7%, respectivamente.

En el otro extremo tres son los tipos para los que el porcentaje de industriales que esperan ver disminuir sus ventas a estos mercados representan números de dos cifras. Estos son: calzado de Niño, calzado Ortopédico y calzado de Diferentes anchos de Señora. Por el contrario, también hay tipos de calzado para los que ningún industrial tiene expectativas de que la situación vaya a empeorar respecto a 2010. Hablamos del calzado Deportivo General, del calzado Deportivo Técnico, del calzado Profesional y del calzado de Diferentes anchos de Caballero.

Comparando la variación esperada del gráfico 3c con la distribución de industriales en los grupos de “Aumentarán”, “Se mantendrán” y “Disminuirán” resultan llamativos algunos casos. Comentemos, a modo de ejemplo, el del calzado de Ir por casa y el del calzado Informal Señora. Ambos tipos tienen distribuciones muy similares, sin embargo, las variaciones medias difieren. Ello se explicaría por las variaciones concretas que cada uno de los industriales ha manifestado esperar para este nuevo año.



#### 4.4.- Precios de fábrica por tipo de calzado

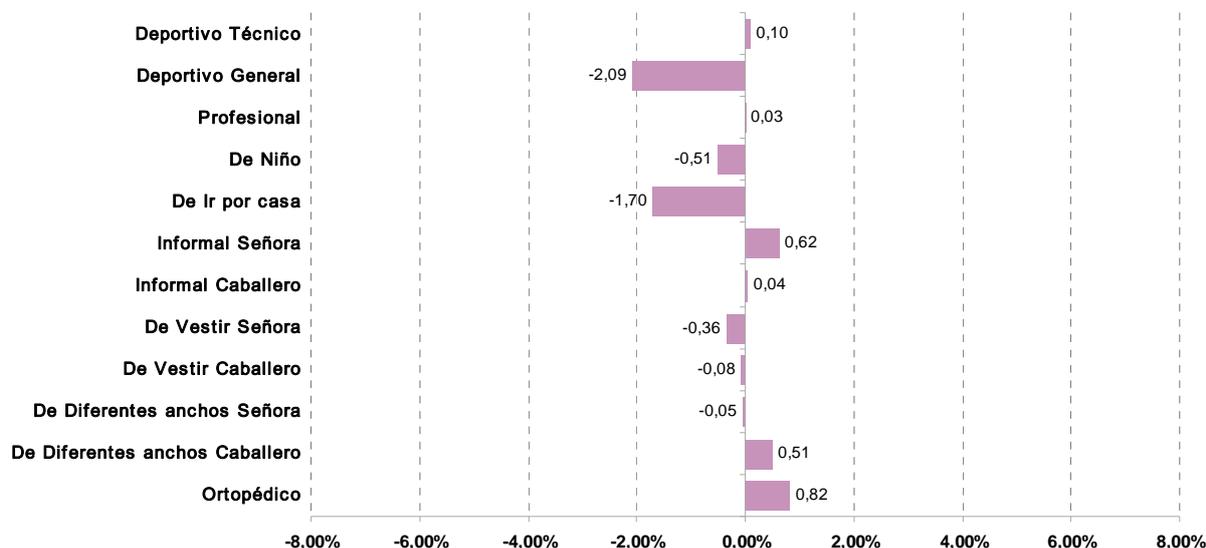


Gráfico 4a. Variación de los precios de fábrica en 2009 respecto a 2008

Los precios de fábrica han crecido en 2009 respecto a 2008 para la mitad de los tipos. El mayor crecimiento se ha dado en el calzado Ortopédico. Le siguen los incrementos en el calzado Informal Señora y en el calzado de Diferentes anchos de Caballero. Con incrementos medios bastante inferiores, se encuentra el calzado Deportivo Técnico, el calzado Informal Caballero y el calzado Profesional cuyos precios de fábrica en 2009 han crecido, en media, un 0,10% o menos.

En el otro extremo se encuentran los tipos que han experimentado una reducción en sus precios de fábrica para este periodo. Liderando este grupo se encuentra la caída en los precios de 2009 del calzado Deportivo General y, en magnitudes similares, el calzado de Ir por casa. El descenso en el resto de los tipos no llega a alcanzar el -1%.

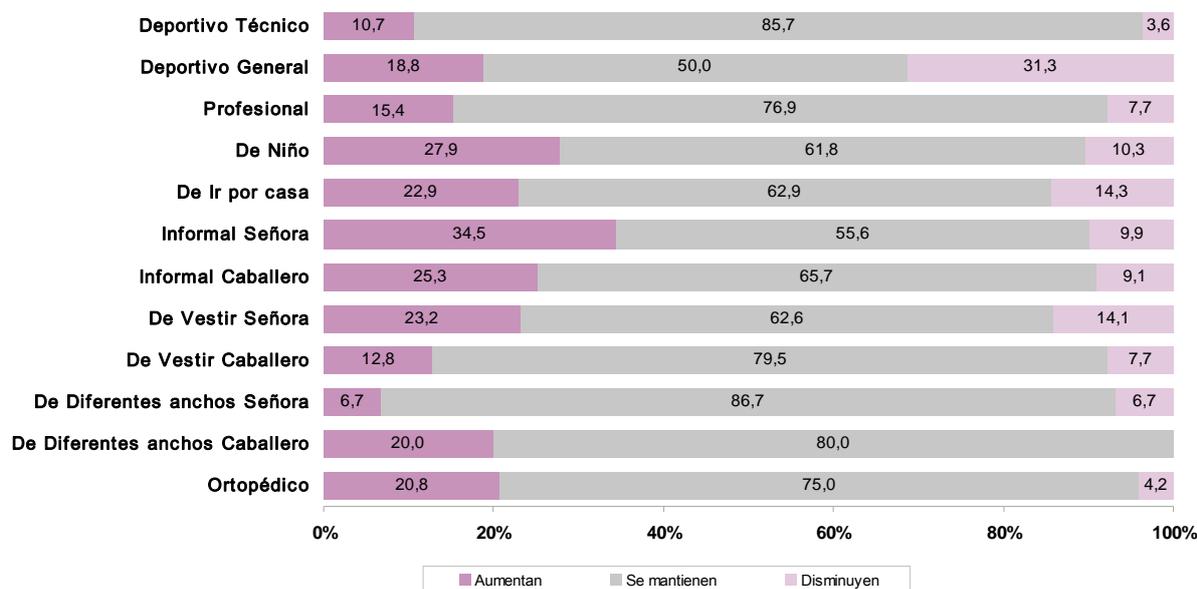


Gráfico 4b. Porcentaje de industriales según su variación de precios de fábrica en 2009 respecto a 2008

Para las tres cuartas partes de los tipos, el porcentaje de industriales que han experimentado una caída en sus precios de fábrica no alcanza el 10%. Además, la proporción de industriales que han podido aumentar sus precios oscila generalmente entre un 10 y un 30%. Los casos más extremos en ambos grupos son los del calzado Deportivo General, para el que el porcentaje de industriales que han disminuido sus precios representa algo más del 30% y el del calzado Informal Señora, para el que el porcentaje de industriales que han aumentado sus precios representa casi el 35%.

También ha habido industriales que han tenido que mantener constantes sus precios de fábrica. La proporción que representan varía dependiendo del tipo de calzado. Así, en el calzado Deportivo General y en el calzado Informal Señora ha sido de entre un 50 y un 60% del total, mientras que en el calzado Deportivo Técnico y en el calzado de Diferentes anchos de Señora supera el 80%. Lo más común es que esta proporción sea de entre un 60 y un 70% del total.

Un análisis más detenido de los datos, en conjunción con las variaciones del gráfico 4a tiene interesantes implicaciones. Sirvan de ejemplo el calzado Profesional y el calzado Informal Caballero. Las distribuciones son algo distintas y, sin embargo, las variaciones medias son prácticamente iguales como consecuencia de la intensidad relativa de los incrementos en los precios.

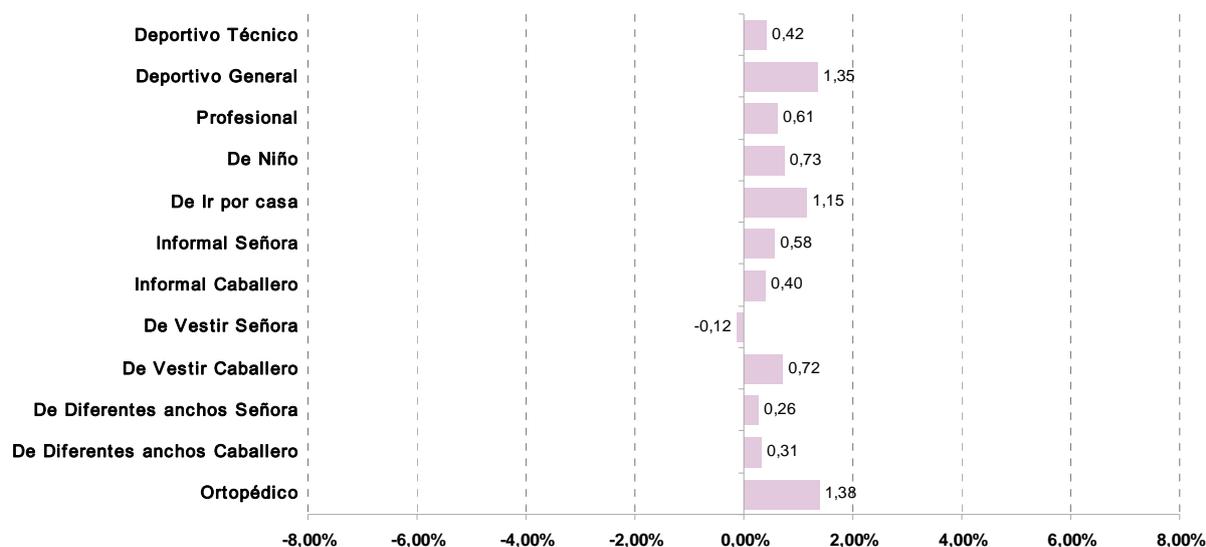


Gráfico 4c. Variación esperada de los precios de fábrica en 2010 respecto a 2009

En 2010 se espera un crecimiento en los precios de fábrica de todos los tipos, excepto en el calzado Vestir Señora. Las variaciones esperadas oscilan entre un -0,12% del calzado de Vestir Señora y un 1,38% del calzado Ortopédico. Los dos tipos para los que se espera un incremento medio mayor son el mencionado calzado Ortopédico y el calzado de Deportivo General, con un 1,38% y un 1,35%, respectivamente.

Para todos los tipos, excepto el calzado Informal Señora y el calzado de Diferentes anchos de Caballero, se prevé un aumento en los precios superior a la variación de 2009. Es especialmente notable, en términos comparativos, el incremento que se espera en el calzado Deportivo General y en el de Ir por casa pues ambos tipos han sido en 2009 los que mayor descenso han experimentado en sus precios de fábrica.

Además de estos casos, al hacer el ranking ordenando los tipos de mayor a menor incremento medio en los precios de fábrica y comparando ambos momentos, 2009 y lo esperado para 2010, se observa que en el calzado de Diferentes anchos de Caballero también se han producido un cambio. Para este tipo de calzado, aunque la diferencia en los porcentajes medios en ambos momentos es reducida, en la variación pasada se encontraba entre los que habían experimentado un mayor crecimiento mientras que para 2010, el incremento es de los más moderados.

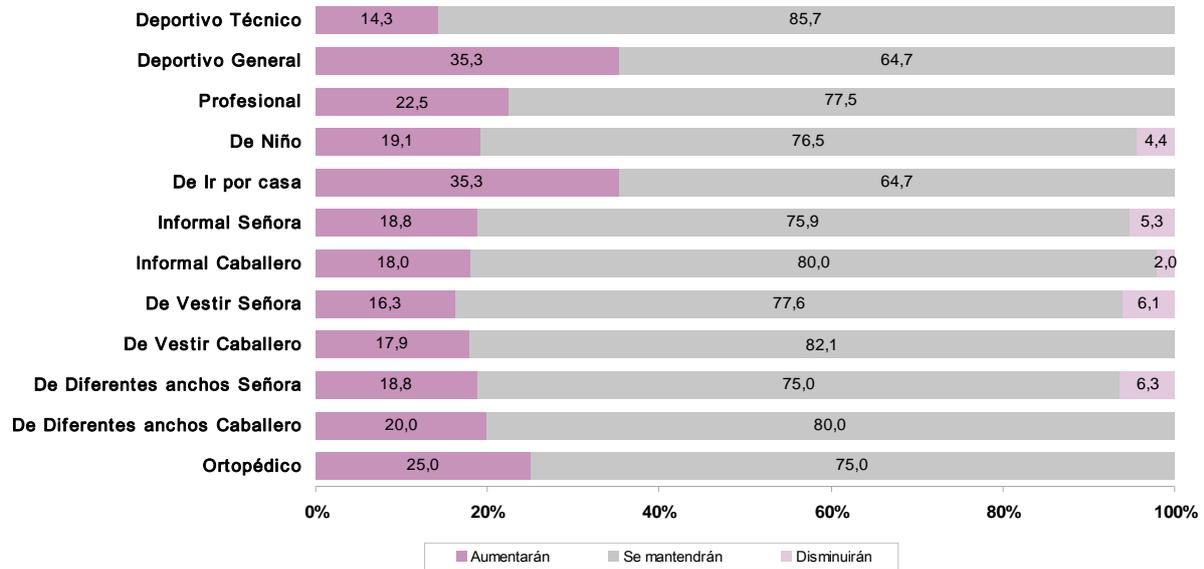


Gráfico 4d. Porcentaje de industriales según su variación esperada de precios de fábrica en 2010 respecto a 2009

Para algo más de la mitad de los tipos, el porcentaje de industriales que esperan aumentar sus precios de fábrica en 2010 respecto a 2009 representa entre el 10 y el 20%. Dos son los casos en los que esta proporción se eleva a más del 35%. Hablamos del calzado Deportivo General y del calzado de Ir por casa.

Estos tipos son también ejemplo de una situación común. Para algo más de la mitad de los tipos no existe ninguna empresa que ha manifestado que en 2010 espere reducir sus precios de fábrica respecto a los precios de 2009. En el extremo opuesto, para el calzado de Diferentes anchos, de Vestir e Informal, todos de señora, más de un 5% de los industriales sí prevén disminuir sus precios.

Si comparamos estas distribuciones con las variaciones medias esperadas del gráfico 4c se observan algunas aparentes paradojas. Por ejemplo, la distribución del calzado Deportivo General y del calzado de Ir por casa es idéntica. Sin embargo, la variación media, aún siendo similar, es distinta pues el resultado no sólo depende de la proporción de industriales en cada grupo sino también de las variaciones específicas que ellos anticipen.



## 4.5.- Empleo

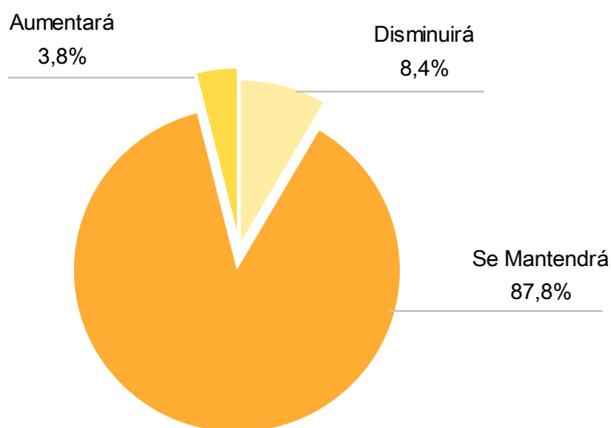


Gráfico 5a. **Porcentaje de industriales según su variación esperada en el número de empleados totales en 2010 respecto a 2009**

Prácticamente un 90% de los industriales espera mantener en 2010 el tamaño de su plantilla igual al del año pasado. Sin embargo, poco más de un 8% son pesimistas y creen que tendrán que reducirla. Ni siquiera el 4% de los industriales espera poder aumentar el número de empleados contratados en 2010 respecto a 2009.

	2010
Fijos no discontinuos	56,13%
Temporales	13,22%
Fijos discontinuos	30,65%

Tabla 5a. **Distribución esperada de tipos de contrato en 2010**

El contrato que los industriales más esperan usar en 2010 es el fijo “no discontinuo”. Algo más del 56% de los empleados estarán sujetos a este tipo de contratación. Le sigue en importancia esperada el contrato fijo discontinuo y, por último, el temporal. Los industriales esperan que poco más del 13% de los empleados tenga este tipo de contrato en 2010.



## 4.6.- Resumen

### **Ventas en 2009 y sus expectativas para 2010**

La variación media de las ventas al mercado nacional en 2009 respecto a 2008 ha sido negativa para todos los industriales con independencia del tipo de calzado que han fabricado y/o comercializado, excepto en el caso del calzado Ortopédico. Asimismo, en el caso del calzado Profesional y del calzado de Ir por casa, aunque se ha producido una variación negativa, esta ha sido sensiblemente inferior a la acontecida en el resto de tipos.

Para 2010 las expectativas de variación de las ventas al mercado nacional respecto a 2009 son positivas. Para todos los tipos de calzado, excepto el calzado Informal Caballero y calzado de Vestir Caballero, se prevé un incremento en las mismas, que para la mitad de los tipos no supera el 4%.

El calzado Deportivo General es el que ha experimentado un mayor crecimiento medio en los mercados de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008. Otros incrementos son los de nuestras ventas europeas de calzado de Ir por casa y calzado Deportivo Técnico. Para los restantes tipos, la evolución ha sido negativa y oscila desde un casi -2% hasta algo más de un -11%.

Las previsiones sobre las ventas a los mercados de la Unión Europea en 2010 son positivas para todos los tipos, excepto para el calzado de Vestir Caballero. El porcentaje medio es muy distinto según el tipo de calzado pero destaca el crecimiento previsto para el calzado de Ir por casa.

Tres son los tipos que han experimentado un crecimiento medio en sus ventas a mercados no miembros de la Unión Europea en 2009 respecto a 2008. Estos son: el calzado de Diferentes anchos de Caballero, el calzado Profesional y el calzado Deportivo General. Para los restantes tipos, la evolución ha sido negativa. En la mayoría de los casos el decremento se sitúa entre un -3 y un -9%.

Para todos los tipos se espera que las ventas a los mercados no miembros de la Unión Europea aumentarán en 2010 respecto a las de 2009. Las dos excepciones son el calzado de Vestir Caballero y el calzado de Niño. Aún en estos casos, el comportamiento esperado mejora la variación que se ha experimentado en 2009.

### **Precios de fábrica en 2009 y sus expectativas para 2010**

Para todos los tipos de calzado la variación media en los precios de fábrica de 2009 respecto a 2008 ha oscilado entre el -1 y el 1%. Sólo en el caso del calzado Deportivo General y del calzado de Ir por casa se superan estos límites. En concreto, el descenso es de aproximadamente un 2%.

En 2010 se espera un crecimiento en los precios de fábrica de todos los tipos, excepto para el calzado Vestir Señora. Las variaciones esperadas oscilan entre un -0,12% y un 1,38%. Además, la gran mayoría espera que el incremento supere a lo acontecido en 2009.

### **Expectativas de empleo en 2010**

Las perspectivas para el empleo en 2010 son continuistas aunque poco más de un 8% de los industriales creen que tendrán que reducir el tamaño de su plantilla respecto al año 2009. Por modalidades de contratación, los industriales esperan que casi seis de cada diez empleados tengan un contrato fijo “no discontinuo”, tres de cada diez, un contrato fijo discontinuo y el resto, temporal.

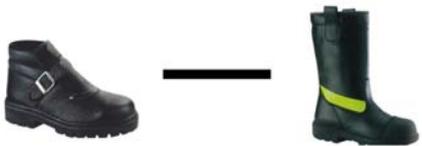


## 5. Anexo. Tipología de calzado

- 1 [ Calzado Deportivo Técnico:**  
Calzado especialmente desarrollado para la práctica de un deporte concreto para el cual está diseñado.  
Por ejemplo: botas de esquí, de fútbol, de alpinismo, etc.


- 2 [ Calzado Deportivo de Uso General:**  
Calzado no especializado, diseñado y fabricado inicialmente para la práctica de más de un deporte.  
Destinado a caballero, señora y niño.


- 3 [ Calzado Profesional/De Trabajo:**  
Calzado que tiene por objeto la protección personal frente a los riesgos causados por la actividad profesional y que amenazan la salud o la seguridad.


- 4 [ Calzado de Bebé:**  
Calzado para niño, con o sin piso, pero no apto para andar.  
Habitualmente hasta la talla 22.


- 5 [ Calzado Infantil:**  
Calzado para niño con piso apto para andar, excluido el calzado Deportivo de Uso General (aquel que se usa para la práctica de más de un deporte).  
Habitualmente desde la talla 23.


- 6 [ Calzado de Colegial/Uniforme:**  
Calzado para niño, fundamentalmente usado con los uniformes de los colegios.  
También conocido como Calzado Colegial.


- 7 [ Calzado de Ir por casa:**  
Tiene las características adecuadas para ser utilizado en interiores.  
Destinado a señora, caballero y niño.


- 8 [ Calzado de Baño/Playa:**  
Calzado ligero y abierto que se caracteriza por tener tejidos o materiales plásticos.


- 9 [ Calzado Informal:**  
Usado habitualmente en momentos de esparcimiento, sin incluir la práctica de actividades deportivas.  
Destinado a señora y caballero.  
También conocido como Calzado de Tiempo Libre.


- 10 [ Calzado de Vestir:**  
Usado habitualmente en contextos formales tales como: ceremonias, reuniones, cenas, etc. Destinado a señora y caballero.


- 11 [ Calzado de Diferentes Anchos:**  
Calzado diseñado y fabricado en diferentes anchos, con especial atención a la anatomía del pie y la confortabilidad de los materiales.  
Destinado a señora y caballero.


- 12 [ Calzado Preventivo / Ortopédico:**  
Calzado diseñado y fabricado para atender los requisitos de los podólogos.  
Destinado a señora, caballero y niño.





## Otras publicaciones del Observatorio de Mercado del Calzado

Informe de Actividades del segundo semestre de 2005 y Expectativas del segundo semestre de 2006

Informe de Actividades del primer semestre de 2006 y Expectativas del primer semestre de 2007

Informe de Actividades de 2006 y Expectativas de 2007

Informe de Actividades de 2007 y Expectativas de 2008

Informe de Actividades de 2008 y Expectativas de 2009

Informe de Actividades de la Temporada otoño/invierno 2005/2006 y Expectativas de la Temporada otoño/invierno 2006/2007 del Comercio de Calzado

Informe del Consumidor y la Distribución de Calzado en España 2006

Informe del Consumidor y la Distribución de Calzado en España 2007

COLABORADORES:



Federación de Industrias  
del Calzado Español

Y



APOYADO POR:



IMPIVA



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

COORDINADOR:

