



*Observatorio de Mercado del Calzado
Informe sobre la Industria del Calzado:
Análisis de Actuaciones y Estrategias 2015-2016*

Un 2015 marcado por la estabilidad en las ventas que se prevé mantener en 2016

- **Mercado nacional:** las ventas en España se mantienen para el 44,2% de las empresas y crecen para el 28,5%. Las expectativas para 2016, son de "mantenimiento".
- **Mercados exteriores:** el comportamiento de las ventas sigue siendo positivo para más del 80% de las empresas.
- **Estrategias:** destaca, con un 57,7% de las empresas, la "creación/potenciación de marca propia". La adopción de esta estrategia es una de las características que diferencian a aquellas con mejores expectativas de venta.
- **Canales de distribución:** crece el porcentaje de empresas con tienda de marca propia (del 11,4 al 13,7%) y se reduce la proporción de las que han vendido en tiendas de ropa (del 32,0 al 25,6%), de calzado (88,1 al 83,9%) y outlets (17,3 al 12,8%).

Elda, 28 de julio de 2016.- El **Informe del Observatorio de Mercado del Calzado** (*) 2015/2016 muestra, con carácter general, que ha habido estabilidad en lo que al comportamiento del sector en su conjunto se refiere.

Las **ventas de 2015** en **España**, que el año anterior por primera vez habían frenado su caída, han conseguido mantenerse (44,2% de empresas) o crecer (28,5% de empresas), en porcentaje medio de variación que se sitúa en el 0,1 frente al -0,4% del ejercicio anterior. Las **expectativas** para 2016, siendo positivas (el 92,9% de empresas espera aumentar o mantener sus ventas), muestran un agrupamiento mayoritario en las expectativas de mantenimiento.

En los **mercados exteriores** el comportamiento de las **ventas** ha seguido siendo positivo (aumentar o mantener) para algo más de un 80% de las empresas, aunque se detecta un crecimiento en la proporción de empresas que han disminuido las ventas en estos mercados (del 13,2 al 19,1 % en la UE y del 11,2 al 18,7% en los mercados extra-UE). En cuanto a las **expectativas** para 2016, se produce un desplazamiento de las respuestas positivas del grupo de las expectativas de aumento, al del mantenimiento de las ventas. En cualquier caso, sigue siendo alto el porcentaje de empresas que esperan un aumento o mantenimiento (97,3% para la UE, y 98,8% para el mercado extra UE).

Entre las **estrategias** implementadas en 2015 destaca la "creación/potenciación de marca propia", lo que parece confirmarse con el aumento de las ventas en tiendas de marca propia para el 46,8% de las empresas.

Interesa destacar que, precisamente la adopción de esa estrategia, es una de las diferencias importantes que separa a las **empresas con mejores expectativas de ventas** (las que esperan aumentar sus ventas en 2016) sobre el total. Un 72,2% de las primeras frente a un 57,7% de las segundas.

Otra de las diferencias apreciadas tiene que ver con los canales de distribución, ya que entre las empresas que esperan aumentar sus ventas, un 37,0% ha vendido online, frente al 32,6% del total.

En cuanto a la **distribución**, ha crecido en 2015 el porcentaje de empresas con tiendas de marca propia, y se ha reducido, en especial, la proporción de empresas que ha vendido en tiendas de ropa, en tiendas outlets y en tiendas de calzado. A pesar de este descenso, el canal fundamentalmente utilizado (por 8 de cada 10 empresas) sigue siendo, al igual que en 2014, la tienda de calzado.

En cuanto a las **ventas por canal**, y tal como ocurría el año anterior, más de la mitad de estas empresas han experimentado crecimientos en el canal online en 2015. Destacamos también el incremento del porcentaje de empresas que han aumentado las ventas en tiendas propias (del 32,0 al 46,8%) y la disminución de quienes las han aumentado en tiendas de ropa (del 22,9 al 15,0%), aunque en este último caso la gran mayoría de empresas dice haberlas mantenido. En cuanto a los grandes almacenes/superficies, se observa una reversión del comportamiento descendente anterior, pues se incrementa el porcentaje de empresas que dicen haberlas aumentado (del 20,7 al 24,5%) y se reduce el porcentaje de quienes las han disminuido (del 17,2 al 11,8%). En cuanto a las **expectativas** para 2016, prevalece el porcentaje de empresas que espera aumentar las ventas en el canal online (63,7%) y en tiendas de marca propia (57,9%)

La tendencia hacia la ampliación de la capacidad productiva propia y el fenómeno de **relocalización** parece confirmarse con el aumento en 2015, aunque ligero, de la proporción de empresas que han subcontratado sólo en España (del 68,1 al 69,3%), la reducción de las que les han fabricado sólo fuera (del 11,8 al 9,5%), y el muy leve incremento, tanto de las empresas que han subcontratado, como del porcentaje medio subcontratado. Esto parece confirmar el dato del 3,5% de crecimiento medio de la producción industrial registrado por el INE en 2015 respecto a 2014.

(*) *El Observatorio de Mercado del Calzado de **INESCOP**, (**Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas**), con la colaboración de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), y el apoyo de la Consellería de Economía Sostenible, Sectores productivos, Comercio y Trabajo, el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), ha elaborado el sexto **Informe sobre la Industria del Calzado "Análisis de Actuaciones y Estrategias 2015-2016"**.*

Con periodicidad anual, este análisis completa la serie de Informes del Observatorio y complementa la información que FICE aporta en el Anuario del Calzado. Además, se acerca al conocimiento del sector desde un punto de vista dinámico por lo que, con suficientes datos longitudinales, podrá explicar tendencias y fluctuaciones cíclicas, y facilitar que el empresario pueda conocer su posición en relación al conjunto del sector.

Cabe destacar que la información, proporcionada por un panel de 575 empresas (de distintas zonas geográficas y con diferentes tipos de productos y modelos de negocio), se recogió entre enero y febrero de 2016.

INESCOP es el Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas que viene dando soporte científico-técnico a las empresas del Sector desde 1971, en coordinación con la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE). Perteneció a la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (REDIT) y a la Federación Española de Centros Tecnológicos (FEDIT).

FICE es la organización empresarial que representa, desde 1977, los intereses generales del sector del calzado en el plano nacional e internacional. Sus funciones se centran en impulsar la competitividad de las empresas, potenciando sus fortalezas y garantizando un sector de futuro.

Para más información, ponerse en contacto con:

Departamento de Comunicación de INESCOP:

Almudena García Calpena

Polígono Industrial Campo Alto

C/. Alemania, 102

03600 Elda (Alicante)

Tel. 96 539 52 13

E-mail: comunicacion@inescop.es