



*Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación\**

## EL SECTOR ESPAÑOL DEL CALZADO

El peso del sector del calzado en el total de la industria española no es muy elevado, aunque mayor en términos de empleo que de producción, rasgo que caracteriza a la industria como intensiva en la contratación de mano de obra. Esta característica no es exclusivamente española sino estructural del sector y ha conducido a la industria mundial a una búsqueda continua de mano de obra barata, de modo que hoy en día los principales productores mundiales son las economías emergentes. El sector español, con una amplia tradición fabricante y exportadora, se está viendo muy expuesto a la intensa competencia internacional. Este artículo muestra cómo la industria española está respondiendo a estos cambios, centrando el estudio en la evolución de las exportaciones. El análisis de este sector puede constituir un modelo de estudio de los efectos de la globalización en industrias donde los países desarrollados y emergentes vienen a competir en un entorno de alta intensidad competitiva e intensidad tecnológica baja.

**Palabras clave:** bienes de consumo, competencia internacional, evolución de las importaciones, efectos de la globalización.

**Clasificación JEL:** F01, L67.

### 1. Introducción

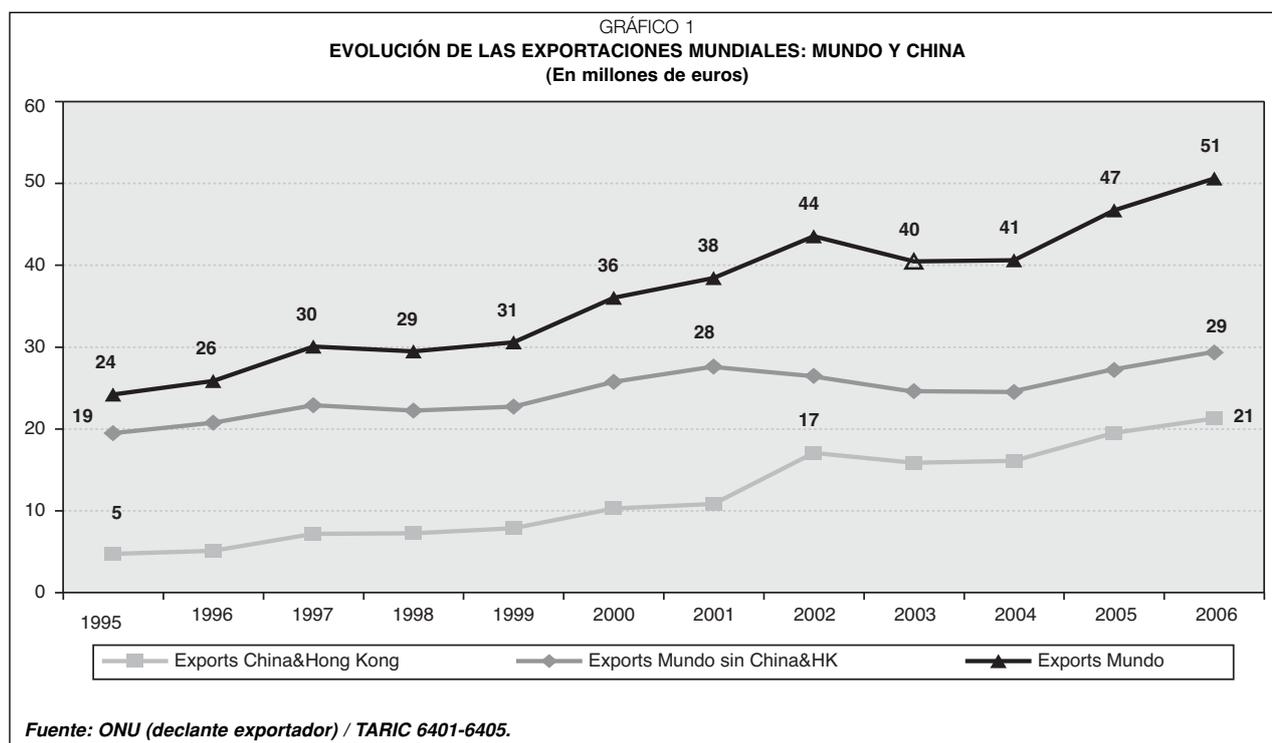
El sector español del calzado representa, junto con el cuero, el 1,2 por 100 del Producto Interior Bruto (PIB) industrial y el 2,3 por 100 del empleo<sup>1</sup>. Se trata, por tanto, de un sector intensivo en el empleo de mano de obra. Sin embargo, desde finales de la década de los noventa, su peso se ha venido reduciendo en el global de la industria tanto en términos de empleo como de producción. Además, el sector ha pasado de ser netamente exportador a que las importaciones se hayan acele-

rado en los últimos 15 años hasta casi igualar las exportaciones.

Por ello, a pesar de que su peso relativo en el PIB no sea demasiado elevado, el sector presenta una situación que hace que su estudio sea especialmente relevante. Se trata de un sector perteneciente a los considerados tradicionales dentro del tejido industrial español, con un extenso historial productivo que se ve altamente expuesto a la competencia internacional. Tradicionalmente, han sido países de ámbito europeo los que han dominado ampliamente las exportaciones mundiales de calzado, en concreto, Italia, Portugal, España, Alemania, Bélgica y Francia. Sin embargo en las últimas décadas, varias economías emergentes se han erigido como grandes productores y exportadores mundiales de calzado. ▷

\* Este artículo ha sido elaborado por José Antonio Sánchez Rodríguez. Economista.

<sup>1</sup> Datos para el año 2005 de la Contabilidad Nacional del INE, medidos, respectivamente, a través del «Valor Añadido Bruto» y «Empleo Equivalente Total».



Ejemplo de ello son países como China (incluyendo Hong Kong), India, Vietnam, Indonesia y Brasil.

Estos hechos hacen particularmente interesante estudiar el impacto de la globalización en sectores en que tanto las economías maduras como en desarrollo vienen a competir.

En cuanto a la delimitación de la industria, el análisis que se hace a lo largo de este artículo se restringe al calzado acabado, excluyendo la producción y el comercio de partes (Anexo I para delimitación de los códigos TARIC).

El presente estudio se centra en analizar los cambios estructurales que está teniendo que afrontar el sector en las últimas dos décadas y que está obligando a las empresas a redefinir su modelo de negocio para adaptarse a la nueva estructura productiva mundial y seguir siendo competitivas.

La secuencia del análisis comienza en la caracterización del contexto mundial para luego enfocarse en la industria española. Se dirige, por tanto, de lo global a lo particular, estableciéndose el marco de referencia primero para poder interpretar la evolución de las magnitudes del sector español después.

Por último, se resumen las conclusiones del análisis y se detallan las limitaciones del mismo.

A modo informativo, conviene aclarar que los términos «industria» y «sector» se emplean indistintamente como sinónimos a lo largo de este documento.

## 2. El sector del calzado en el mundo

En 2006, la producción mundial de calzado ascendió a unos 14.800 millones de pares. China, primer productor mundial con unos 10.000 millones de pares, es responsable de cerca del 70 por 100 de la producción mundial<sup>2</sup>.

Siguiendo a China, los mayores productores mundiales son India, Vietnam, Indonesia y Tailandia en Asia; Brasil en Sudamérica; e Italia, España y Portugal en Europa.

En el mundo se estima que existe un rango de 3-4 millones de empresas de calzado (incluyendo la industria de calzado, materiales y otras industrias relacionadas), que emplean cerca de 10 millones de personas. ▷

<sup>2</sup> Research and Markets «China Shoes Market Report 2008». [http://www.researchandmarkets.com/research/9f8da1/china\\_shoes\\_market](http://www.researchandmarkets.com/research/9f8da1/china_shoes_market)

### 2.1. El lado de la oferta

Tras los 10.000 millones de pares de China, se sitúa India con una capacidad de producción de más de 2.000 millones de pares<sup>3</sup>, aunque con una producción efectiva sensiblemente inferior.

Brasil es el tercer productor mundial con más de 975 millones de pares<sup>4</sup>.

Vietnam es el cuarto productor con 715 millones de pares<sup>5</sup> e Indonesia el quinto con 500 millones de pares<sup>6</sup>. Otras localizaciones importantes en Asia son Tailandia, Pakistán y últimamente está cobrando relevancia Turquía.

Italia es el principal productor europeo con más de 240 millones de pares<sup>7</sup> y más de la mitad del producto posicionado en el segmento de mercado más alto.

España es el segundo productor en Europa con una producción anual en torno a los 110 millones de pares<sup>8</sup>. Debido a la competencia de las economías de Asia y Latinoamérica, España ha cambiado su estrategia competitiva: si bien tradicionalmente ha constituido uno de los centros de producción de bajo coste en el mundo, se ha repositionado hacia segmentos con un mayor componente de diseño, alta calidad y excelente acabado.

Portugal es otro de los grandes productores europeos y ha seguido una estrategia para repositionarse en el segmento alto, como respuesta a la intensificación de la competencia internacional.

<sup>3</sup> Según datos del *Council for Leather Exports* de India, la capacidad de producción estimada es de 909 millones de pares de calzado de cuero y 1.056 millones de calzado de otros materiales .

[http://www.leatherindia.org/ind\\_at\\_glance.asp](http://www.leatherindia.org/ind_at_glance.asp)

<sup>4</sup> Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, IBGE (Pesquisa Industrial Anual - Produto 2006); de total, 223 millones calzado de cuero.

[ftp://ftp.ibge.gov.br/Industrias\\_Extrativas\\_e\\_de\\_Transformacao/Pesquisa\\_Industrial\\_Anuar/Produto2006/](ftp://ftp.ibge.gov.br/Industrias_Extrativas_e_de_Transformacao/Pesquisa_Industrial_Anuar/Produto2006/)

<sup>5</sup> Datos de 2007, dado que no se encuentran datos disponibles para 2006.

[http://www.business-in-asia.com/industries/vn\\_footwear\\_industry.html](http://www.business-in-asia.com/industries/vn_footwear_industry.html)

<sup>6</sup> Datos producción 2006.

[http://www.gds-online.com/cipp/md\\_gds/custom/pub/content\\_lang,2/oid,4232/ticket,g\\_u\\_e\\_s\\_t/local\\_lang,2/~/Indonesia\\_s\\_Shoe\\_Industry\\_on\\_the\\_Advance.html](http://www.gds-online.com/cipp/md_gds/custom/pub/content_lang,2/oid,4232/ticket,g_u_e_s_t/local_lang,2/~/Indonesia_s_Shoe_Industry_on_the_Advance.html)

<sup>7</sup> Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani (ANCI); 244 millones de pares en 2006 y 242 en 2007, "Scheda statistica 2007".

[http://www.anci-calzature.com/documenti/Scheda\\_statistica\\_2007.pdf](http://www.anci-calzature.com/documenti/Scheda_statistica_2007.pdf)

Estos tres países (Italia, España y Portugal) reúnen el 67 por 100 de la producción europea en valor.

En los países de Europa del Este, la producción ha perdido posiciones en los últimos años. Hoy día los países con una producción considerable son Rumanía (90 millones de pares) y Polonia (40 millones de pares)<sup>9</sup>.

En el Anexo III se pueden consultar las cifras de producción.

### 2.2. El lado de la demanda

En el mercado mundial se distinguen dos segmentos principales: por un lado, un grupo de países o regiones con alto poder adquisitivo tales como Estados Unidos, Unión Europea, Japón y Canadá; y por otro lado, un conjunto de países con extensa población, como son China, India, Brasil o Indonesia.

Según estadísticas internacionales, los diez principales mercados consumidores de calzado en el mundo son<sup>10</sup>:

|                   | (Millones de pares) |
|-------------------|---------------------|
| China.....        | 2.257               |
| EEUU.....         | 2.133               |
| India .....       | 2.009               |
| Japón.....        | 620                 |
| Brasil.....       | 552                 |
| Indonesia.....    | 480                 |
| Francia .....     | 381                 |
| Reino Unido ..... | 338                 |
| Alemania.....     | 323                 |
| Italia .....      | 250                 |

Entre estos países, China, India, Brasil, Indonesia y otros países con amplia población tienen un enorme mercado de consumo pero al mismo tiempo una amplia industria de empresas fabricantes, con sus ▷

<sup>8</sup> Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), 118 millones de pares en 2006 y 108 en 2007 «Spanish footwear industry. 2007». [http://www.fice.es/en/index.php?option=com\\_docman&Itemid=15&task=cat\\_view&gid=4](http://www.fice.es/en/index.php?option=com_docman&Itemid=15&task=cat_view&gid=4)

<sup>9</sup> Producción 2006. Fuente: Eurostat, Institutos Nacionales de Estadística, Asociaciones Nacionales.

[http://www.cbi.eu/download/mid\\_preview/3723.pdf](http://www.cbi.eu/download/mid_preview/3723.pdf)

<sup>10</sup> No obstante, se hace necesario destacar que existen diferencias en las estadísticas publicadas según las distintas fuentes.

productos cubriendo la mayor parte de la demanda interna. Sin embargo, con el desarrollo de estas economías y el aumento del nivel de vida de su población, la percepción de marca por parte del consumidor ha de aumentar. Por ello, estos países representan un alto potencial para el calzado de gama más alta.

### 2.3. Factores clave en la estructura de la industria del calzado

La industria del calzado se ha caracterizado tradicionalmente por ser intensiva en la ocupación de trabajadores y a consecuencia de ello por su búsqueda continua de mano de obra barata.

Así, en torno a las décadas de los sesenta y setenta, la temprana industria global de Europa y EEUU comenzó a ser transferida a países relativamente más baratos y Japón se convirtió en la principal fuente de calzado barato del Lejano Oriente. La industria se trasladó a Taiwán cuando los costes subieron en Japón. Posteriormente, a Corea del Sur y más tarde a Indonesia y Tailandia. Hoy día, Taiwán y Corea del Sur no tienen ya una industria significativa.

Durante la década de los ochenta y principios de los noventa, se produjo un traslado hacia China continental motivado por los menores costes laborales, ubicándose especialmente a lo largo de la costa, área que consiguió atraer a los productores mundiales gracias a su apropiado entorno, apto para la inversión debido a las facilidades comerciales, industriales y a su riqueza energética.

Hacia 1996, China se convirtió en el mayor productor y exportador de calzado en el mundo. En los siguientes diez años, su industria de calzado creció a tasas fortalecidas de entre el 10 por 100 y el 20 por 100, convirtiéndose en una potencia mundial.

Durante este último periodo, Vietnam e India también se han convertido en grandes productores debido a la mano de obra abundante y barata. De modo que hoy día, China, Vietnam, India, Indonesia, Tailandia y otros países asiáticos suponen el 85 por 100 del mercado global de calzado.

No obstante, China tendrá que hacer frente a las diversas dificultades que se le presentan a medio plazo como son la elevación de barreras al comercio internacional en ciertas áreas (incluyendo las políticas *antidumping*), la apreciación del yuán chino, la elevación del coste de las materias primas y las restricciones laborales.

### 2.4. Exportaciones mundiales

El comercio mundial de calzado se encuentra en expansión. Según la ONU, las exportaciones mundiales crecieron entre 1995 y 2006 a una tasa de variación media acumulativa (TVMA) del 5,7 por 100, alcanzando los 50.600 millones de euros al final del periodo.

China es, además del mayor productor del mundo, el primer exportador mundial.

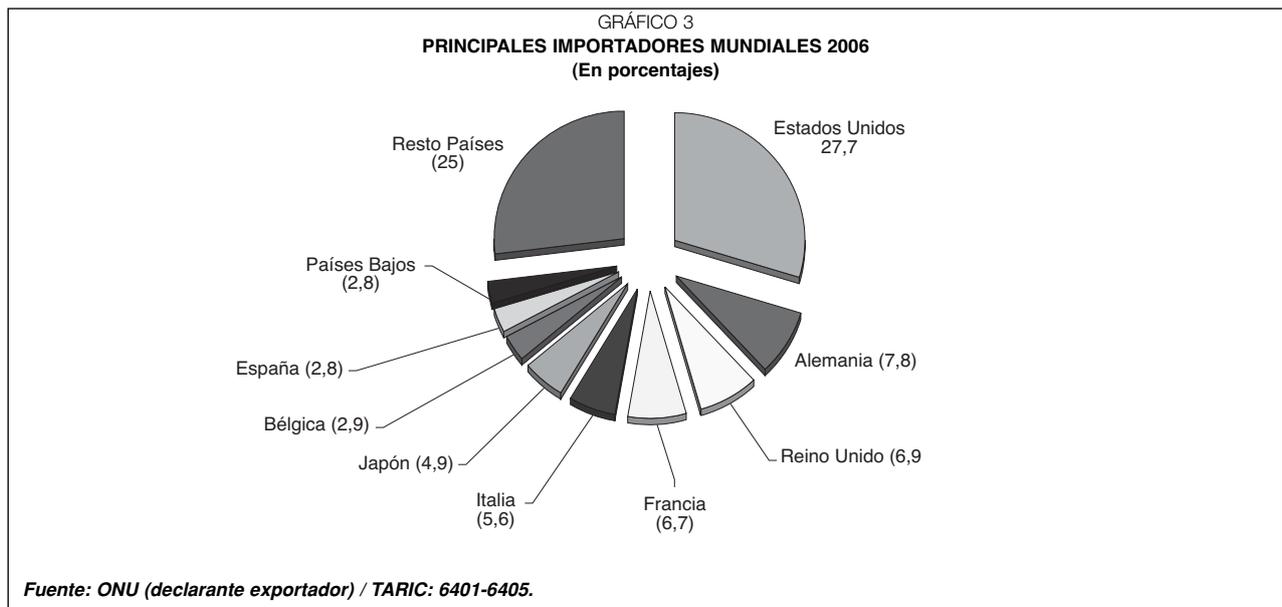
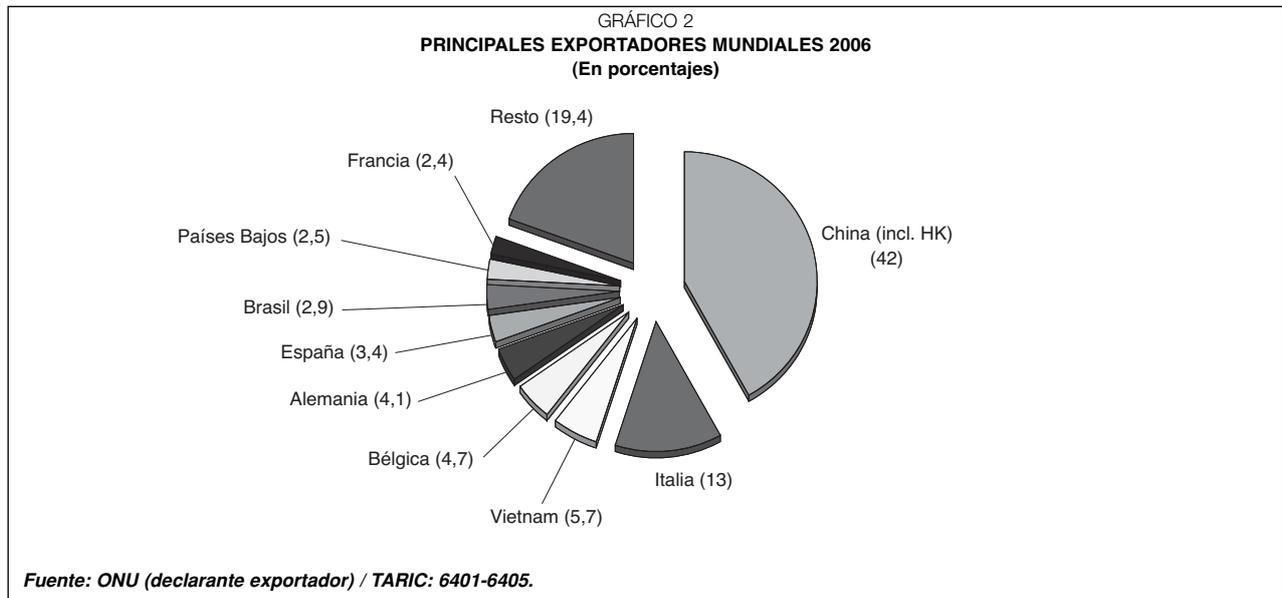
En 2006, las exportaciones de productos chinos (incluida la Región Administrativa Especial de Hong Kong<sup>11</sup>) ascendieron a unos 21.000 millones de euros. En pares, exportó unos 7.650 millones de los 10.000 millones que produjo.

Gran parte de la expansión del comercio mundial ha venido impulsada por el dinamismo de la economía china. Así, en 1995 las exportaciones chinas (incluyendo Hong Kong) representaban un 19,5 por 100 de las exportaciones mundiales. En 2001 China ingresó en la Organización Mundial del Comercio (OMC), con las ventajas que ello supuso en términos de la eliminación de trabas y barreras comerciales. En 2006, la cuota en las exportaciones mundiales había ascendido a un 42 por 100.

Italia es el segundo exportador mundial aunque ha perdido cuota en la última década. Sus exportaciones han pasado de representar el 22,4 por 100 del total en 1995 a reducirse hasta el 13 por 100 en 2006.

España es el sexto exportador mundial y su cuota también ha sufrido una reducción, pasando de ▷

<sup>11</sup> Hong Kong se encuentra en una situación particular, si bien la región se sitúa entre los primeros exportadores mundiales de calzado no tiene una producción importante, siendo significativo que, existieran sólo 16 fabricantes de calzado a finales de 2007 pero más de 1.500 empresas de importación-exportación (ICEX mayo 2008, «El mercado de calzado en Hong Kong»).



significar el 5,8 por 100 del total mundial en 1995 al 3,4 por 100 en 2006. Más adelante, en el apartado tres de este artículo, se analizará si esta reducción se ha producido también en términos de valor y si se han producido cambios estructurales en el patrón de sus exportaciones.

### 2.5. Importaciones mundiales

En cuanto a las importaciones, el principal mercado importador en 2006 fueron los Estados Uni-

dos, cuyas compras al exterior ascendieron a 15.800 millones de euros, lo que supone un 27,7 por 100 del mundo. China es el principal origen de las importaciones americanas y acaparó más del 73 por 100 de las mismas, cuando en 1995 representaba el 50 por 100. Italia y Vietnam son el segundo y tercer origen, con el 5,8 por 100 y el 5,2 por 100, respectivamente. España es el octavo origen y representó el 1 por 100.

Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Japón son por este orden los siguientes principales importadores. China, Vietnam y Rumanía se re- ▷

velan como los grandes responsables de la expansión de estos mercados en los 10 últimos años.

España es el octavo importador mundial, con una cuota que ha pasado de ser el 0,9 por 100 en 1995 al 2,8 por 100 en 2006.

### 3. El sector del calzado en España

A continuación, se pasa a caracterizar la industria española del calzado, para enmarcarla en la industria mundial y así poder analizar su posicionamiento e identificar su evolución.

#### 3.1. Caracterización y composición del sector español

Dentro de la primera gran división que se puede hacer de la industria del calzado, a saber calzado deportivo y no deportivo, la tradición de la industria española está ampliamente arraigada en la de calzado no deportivo. Según datos del INE, en 2007 la producción de *calzado deportivo* en España equivalió al 3,5 por 100 de la producción total de calzado acabado durante el periodo 1995-2007 («Encuesta Industrial de Productos»; porcentaje en función de los datos en pares). Un peso que viene reduciéndose invariablemente durante todo el periodo de análisis e incluso desde antes, habiéndose reducido desde el 6 por 100 que representaba en 1995 al 2 por 100 que representa en 2007.

A este respecto conviene señalar que este rasgo contrasta con los principales productores mundiales, donde un porcentaje muy elevado de su producción está destinado al calzado deportivo. No es, por tanto, en el segmento deportivo donde compete la industria española.

Es en el calzado no deportivo donde se centra la actividad productiva española. Y, dentro de este segmento, la industria está ampliamente centrada en la producción de *calzado con la parte superior de cuero*, es decir, lo que comúnmente se conoce como calzado de piel. Este subsegmento represen-

ta de media el 63,3 por 100 de la producción española durante el periodo 1995-2007, sin que se hayan producido cambios significativos. Además, en particular el zapato de ciudad caracteriza en 2007 el 80 por 100 del zapato de piel español y la sandalia el 17,4 por 100. La tendencia en los últimos años ha sido hacia un incremento de la importancia del zapato de ciudad que le ha ganado cinco puntos porcentuales a la sandalia.

El segundo producto por importancia en la industria española es el *calzado con la parte superior de textil*, que representó el 25,7 por 100 de la producción total entre 1995 y 2007.

Por último, el *calzado de caucho o plástico* representó el 5,5 por 100, y el *resto de calzado* el 1,9 por 100, en el periodo ya mencionado.

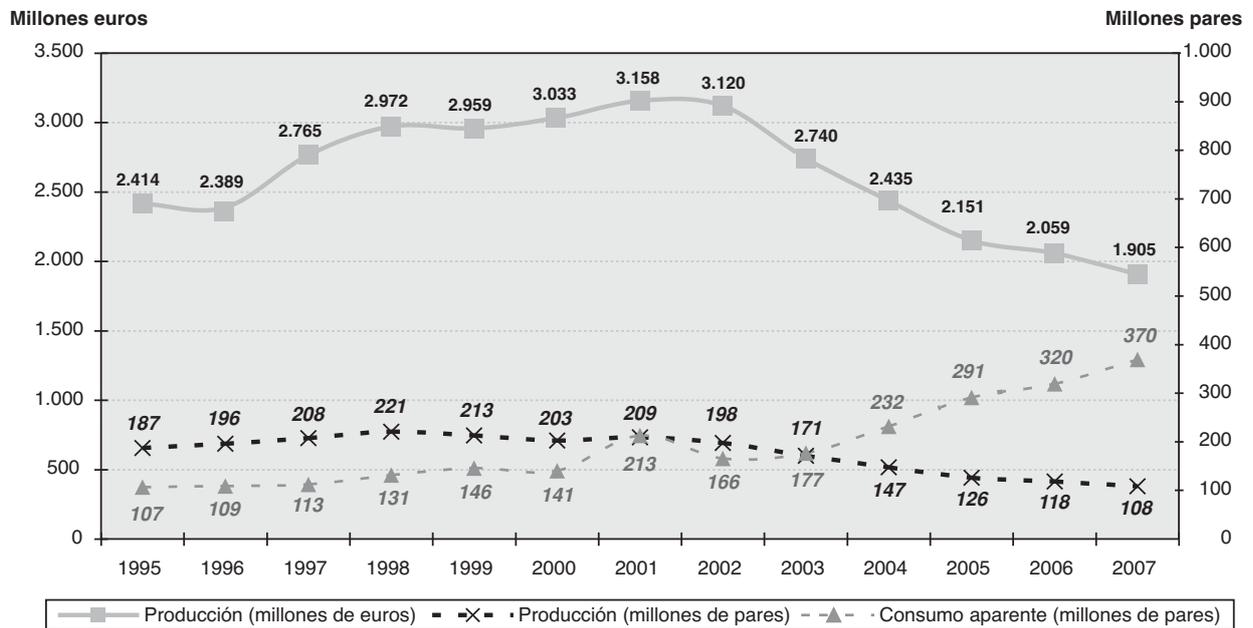
#### 3.2. Evolución de la producción española

La producción de calzado en España ha experimentado en los últimos años una evolución irregular: durante la segunda mitad de la década de los noventa creció a una TVMA (Tasa de Variación Media Acumulativa) del 1,6 por 100 en volumen (pares). Sin embargo, a partir del año 2001 comenzó a contraerse debido a la gran competencia internacional. Conviene recordar que 2001 es el año en que China ingresa en la OMC.

En términos de valor (euros), la evolución ha sido parecida pero la caída después del año 2001 se produce con menor intensidad que en volumen. El análisis de este efecto, conduce a una de las características fundamentales que se está produciendo en la industria española, esto es, un aumento del precio medio del producto, dado que han sido los productos de precio más bajo los que más han sufrido la competencia internacional y su producción se ha reducido, al tiempo que los productos de precio más elevado se han visto menos afectados.

Esta circunstancia está muy interrelacionada con la evolución y características de las exportaciones chinas, que se fundamentan en productos de bajo coste y baja calidad, y responde a la re- ▷

GRÁFICO 4  
EVOLUCIÓN, PRODUCCIÓN Y CONSUMO EN ESPAÑA, 1995-2007



Fuente: Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), DG Aduanas.

definición que se viene produciendo durante las últimas décadas en la industria mundial. Esta redefinición en el caso del calzado no deportivo responde a una bipolarización entre calzado barato proveniente de economías emergentes y el calzado de calidad, confort y diseño proveniente de economías más maduras con industrias con una amplia tradición productora.

En términos de empleo, los dos periodos mencionados al principio de este apartado también tienen su reflejo. En 1995 la industria tenía un total de 28.700 ocupados, número que fue aumentando progresivamente hasta alcanzar su pico en el año 2000 cuando se contabilizaban más de 48.000 empleos. A partir de ese año la cifra se ha ido reduciendo hasta alcanzar los 30.700 en 2007<sup>12</sup>. Situación equivalente a lo que ocurre con las empresas fabricantes, que en 2007 totalizan 2.073<sup>13</sup>.

A continuación, se pasa a analizar el reflejo que este proceso ha tenido en el sector exterior espa-

ñol, añadiendo al análisis la evolución de las exportaciones e importaciones.

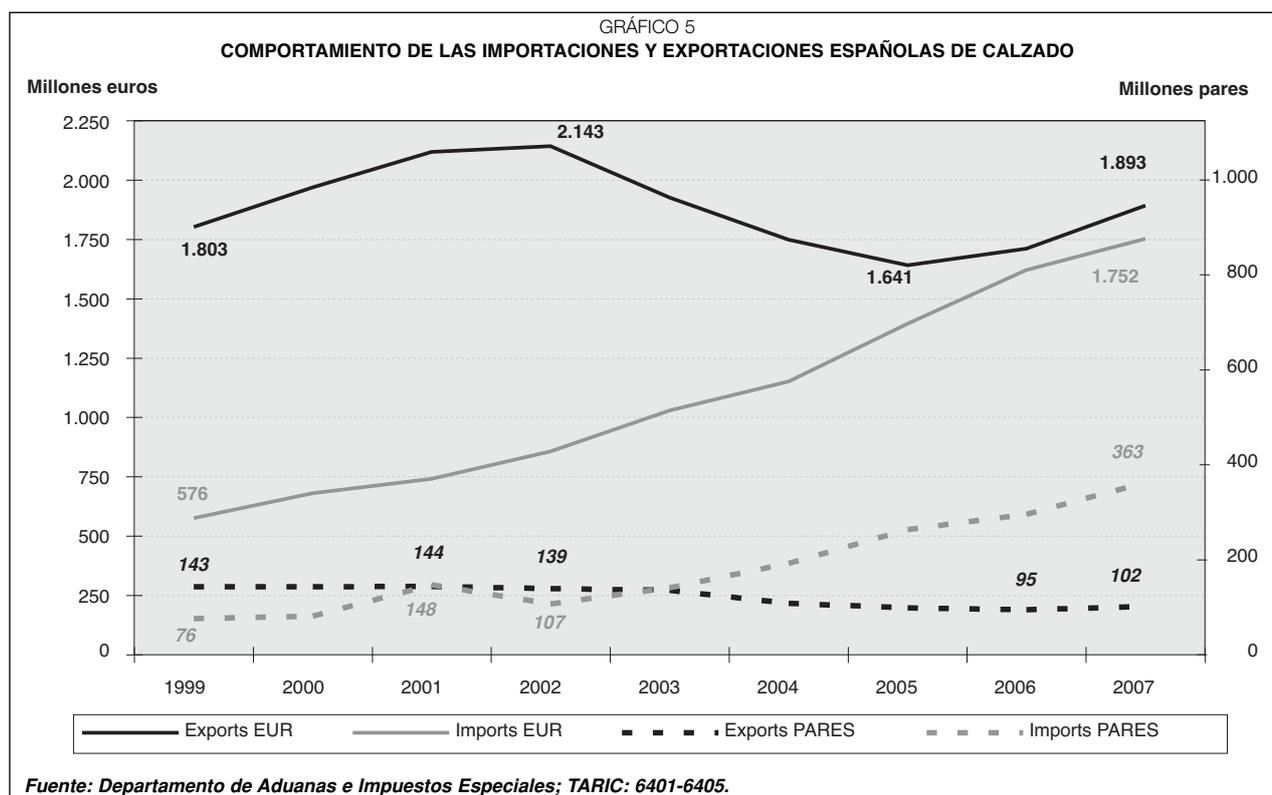
### 3.3. El sector exterior español del calzado

En la última década, el mercado español de calzado se ha visto altamente expuesto a la entrada de importaciones. En particular, la entrada del calzado chino en el comercio internacional ha hecho que se resientan la producción nacional y las exportaciones de calzado españolas, pasando de ser un sector netamente exportador a que las importaciones casi igualen las exportaciones en los últimos años.

La caída de las exportaciones españolas durante la primera mitad de la presente década viene explicada en gran medida por este efecto sustitución, que además experimentan otros países productores tradicionales. Sin embargo, a partir de la segunda mitad del decenio se observa un efecto rebote en las exportaciones gracias a que la redefinición de la industria comienza a hacerse más nítida en ▷

<sup>12</sup> Datos de FICE.

<sup>13</sup> Datos de FICE.



la mente del consumidor, y una vez probados los productos de nuevos orígenes como China o Vietnam, éste consigue evaluar mejor los atributos del producto nuevo.

### 3.4. El encuadre en el contexto europeo

La industria de calzado europea está formada por un gran número de pequeñas empresas (media de 20 empleados), con la mayoría de ellas ubicadas en regiones con poca diversidad industrial. Sin embargo, hay diferencias entre los Estados miembros: las empresas francesas y alemanas emplean, en media, 100 personas, mientras que las españolas e italianas alrededor de una docena. El resto de Estados miembros se encuentran entre estos dos extremos<sup>14</sup>.

Se estima que en 2005 existían en la UE-27 un total de 27.125 empresas que acumulaban 404.500 empleos directos, según datos de Eurostat, con tendencia hacia la reducción.

<sup>14</sup> DG de Empresa e Industria de la Comisión Europea. [http://ec.europa.eu/enterprise/footwear/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/footwear/index_en.htm)

Al igual que España, la industria europea ha visto caer su producción en unidades y mermar sus exportaciones por causas similares. La principal causa ha sido la entrada de productos de origen China y Vietnam. Así las importaciones de China ascendieron en 2007 a 1.845 millones de pares (un 73,7 por 100 de las importaciones extra UE) y las de Vietnam a 277 millones (un 11,1 por 100).<sup>15</sup>

La Confederación Europea de Industrias del Calzado (CEC - en sus siglas del francés *Confédération Européenne de l'Industrie de la Chaussure*) reúne a las federaciones y asociaciones del calzado de los principales Estados productores europeos y se constituye como el cuerpo oficial representativo de los intereses de la industria<sup>16</sup>. ▷

<sup>15</sup> Eurostat, elaborado por la DG de Empresa e Industria de la Comisión Europea.

<http://ec.europa.eu/enterprise/footwear/statistics.htm>

<sup>16</sup> CEC representa a las principales federaciones de calzado nacionales de la UE y también de los miembros observadores de Europa Central y del Este. Son miembros de pleno derecho las asociaciones de los siguientes países: Italia, España (FICE), Portugal, Polonia, Francia, Reino Unido, Grecia, Bélgica, Países Bajos, Finlandia, Hungría, Eslovenia, Suecia y Turquía. A estos se suman Rusia, Tunes y Ucrania como miembros observadores.

CUADRO 1  
PRINCIPALES MAGNITUDES DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN LA UE-27  
(Millones de pares)

| UE-27                  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | Porcentaje<br>2004/2007 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------------------------|
| Producción .....       | 783   | 707   | 685   | 642   | -18,0                   |
| Exportaciones .....    | 169   | 161   | 165   | 170   | 0,9                     |
| Importaciones .....    | 1.662 | 1.930 | 2.096 | 2.505 | 50,7                    |
| Consumo aparente ..... | 2.276 | 2.476 | 2.616 | 2.977 | 30,8                    |

Fuente: Eurostat + estimaciones de la DG de Empresa e Industria de la Comisión Europea.

Esta Confederación tiene la función de organismo consultivo de la Comisión Europea y actualmente tiene tres frentes de defensa de intereses principales:

1) Las medidas *antidumping* que la Comisión Europea impone, siendo su principal preocupación el calzado con parte superior de cuero proveniente de China y Vietnam.

2) La declaración de origen (*made in*), para asegurar la transparencia al consumidor y ayudar a evitar fraudes.

3) Favorecer el acceso a los mercados exteriores, ya que considera que los exportadores europeos todavía se enfrentan con numerosas barreras arancelarias y no arancelarias. En 2005, estimaba que los mercados de exportación todavía permanecían cerrados el 70 por 100 para el calzado europeo. Tiene su foco principal en los picos arancelarios de EEUU, Japón y, en menor medida, de Canadá y Australia. En cuanto a mercados nuevos, centra su atención en China, India, Vietnam y MERCOSUR, ya que protegen sus mercados con altos aranceles para algunos productos (especialmente de cuero) al tiempo que la competencia es difícil debido a las enormes diferencias en los costes sociales.

En relación a las medidas *antidumping* contra productos chinos y vietnamitas, conviene explicar la controversia que existe en el seno de la propia Unión Europea. Las medidas que la Comisión Europea impuso a partir del 7 de octubre de 2006 salieron adelante con una estrecha diferencia de 13 votos contra 12<sup>17</sup>. Dichas medidas, que vinie-

ron a ampliar una medida temporal anterior, establecen los aranceles en el 16,5 por 100 para los productos chinos y en el 10 por 100 para los vietnamitas. Estas medidas expiraron en octubre de 2008 pero se mantendrán durante un plazo de 12 a 15 meses, dado que se ha acordado una nueva revisión y éste es el plazo que se concede para realizar la misma. En la controversia, se encuentran por un lado, los denominados países liberales del Norte (con Alemania, Reino Unido y los países nórdicos a la cabeza) que se oponen a las medidas, ya que se trata de economías en las que la industria del calzado tiene poco peso relativo. Por otro lado, están los países proteccionistas del Sur (Italia, España, Portugal, Francia...) que defienden las medidas, dado que en sus economías la industria del calzado todavía tiene un peso considerable.

No obstante, en alguno de estos países proteccionistas empieza a cobrar importancia la voz de las empresas nacionales, que han optado por deslocalizar su producción a China y Vietnam, y que se ven perjudicadas por el establecimiento de estos aranceles.

En resumen, la postura proteccionista se encuentra en una tesitura cada vez más complicada y, de hecho, la nueva revisión que salió adelante en octubre de 2008 se debió a la voluntad firme del Comisario de Comercio Peter Mandelson, a pesar de que la propuesta fue rechazada por 15 votos en contra y 12 a favor (el voto de la Comisión de expertos no era vinculante para Mandelson). ▷

<sup>17</sup> «En particular, la decisión fue adoptada durante una reunión de los embajadores de los 25 ante la UE, marco en el cual 9 países votaron a favor de medidas por dos años, 4 se abstuvieron (aunque esta

posición cuenta como un voto favorable) y 12 se opusieron [...]» <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/80131/10/06/UE-muy-dividida-acuerda-medidas-antidumping-contra-calzado-chino.html>

CUADRO 2  
IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CALZADO

| País                | Valor (millones de euros) |            |                          | Precio medio (euros/par) |
|---------------------|---------------------------|------------|--------------------------|--------------------------|
|                     | 2007                      | Porcentaje | TVMA 07/00 (Porcentajes) | 2007                     |
| China .....         | 601                       | 34,3       | 21,3                     | 2,34                     |
| Vietnam .....       | 220                       | 12,6       | 9,0                      | 7,34                     |
| Italia .....        | 211                       | 12,0       | 16,2                     | 23,22                    |
| Países Bajos .....  | 99                        | 5,6        | 21,0                     | 23,22                    |
| Portugal .....      | 96                        | 5,5        | 17,9                     | 12,08                    |
| Indonesia .....     | 89                        | 5,1        | 3,1                      | 14,95                    |
| Francia .....       | 81                        | 4,6        | 12,5                     | 14,51                    |
| India .....         | 49                        | 2,8        | 48,0                     | 9,44                     |
| Brasil .....        | 46                        | 2,6        | 40,7                     | 8,52                     |
| Tailandia .....     | 42                        | 2,4        | 6,3                      | 12,35                    |
| TOTAL MUNDIAL ..... | 1.752                     | 100,0      | 14,5                     | 4,83                     |

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales / TARIC 6401-6405.

A continuación, se profundiza en el estudio de las importaciones y exportaciones españolas. Se comienza por las importaciones, identificando los principales orígenes para pasar después a hacer un análisis más minucioso de las exportaciones.

### 3.5. Las importaciones españolas de calzado

Las importaciones españolas de calzado han crecido a una tasa media anual del 14,5 por 100 entre 2000 y 2007, lo que supone un elevadísimo dinamismo.

El 34,3 por 100 de las importaciones proviene de China, primer origen de las importaciones españolas. El precio medio de estas importaciones (2,34 euros/par) se sitúa por debajo del precio medio del total mundial (4,83 euros/par), siendo precisamente este precio tan bajo el que ha impulsado el gran dinamismo importador.

El segundo origen es Vietnam que ostenta un 12,6 por 100 de la cuota de importaciones. El precio medio de estas importaciones se sitúa en los 7,34 euros/par.

Italia y Países Bajos son tercero y cuarto en el *ranking* de orígenes, respectivamente, y ambos países presentan también tasas muy dinámicas de crecimiento. Sin embargo, el elevado precio medio sitúa a estos dos orígenes (23,22 euros/par) en el segmento más alto de las importaciones españolas, muy por encima de precio medio del total mundial.

### 3.6. Las exportaciones españolas de calzado

Tras la contracción de la primera mitad de la presente década, las exportaciones en valor han recuperado los niveles de 1999 mientras que la cantidad ha experimentado una reducción de cerca del 30 por 100. Ello supone un peso cada vez mayor del calzado de gama media y alta en las exportaciones españolas.

En cuanto a los destinos, los principales mercados españoles son países de la Unión Europea, con las mayores economías a la cabeza: Francia, Reino Unido y Alemania.

En cuanto a la evolución de las exportaciones por país se pueden distinguir dos grupos. El primero estaría compuesto por Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Países Bajos. En este grupo se produce una reducción de la exportación que es menor en valor que en volumen, lo que conduce a que las exportaciones de precio alto tengan cada vez más relevancia en estos mercados.

El segundo grupo es el formado por Italia, Portugal, Grecia y Dinamarca. En estos países las exportaciones crecen tanto en valor como en volumen, a tasas fortalecidas, y además siempre mayores en valor que en volumen, lo que indican un posicionamiento más alto del producto español.

En una situación intermedia se sitúan Francia y Bélgica, destinos hacia los cuales la exportación crece en valor pero decrece en volumen. Este hecho confirma la misma tendencia que la del primer grupo, esto es, un mayor peso de las exportaciones de precio alto. ▷

CUADRO 3  
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CALZADO

| País                | Valor (millones de euros) |            |                          | Precio medio (euros/par) |
|---------------------|---------------------------|------------|--------------------------|--------------------------|
|                     | 2007                      | Porcentaje | TVMA 07/00 (Porcentajes) | 2007                     |
| Francia.....        | 372                       | 19,6       | 0,6                      | 16,47                    |
| Reino Unido.....    | 195                       | 10,3       | -2,4                     | 21,08                    |
| Alemania.....       | 185                       | 9,8        | -7,0                     | 15,76                    |
| Italia.....         | 170                       | 9,0        | 12,5                     | 20,00                    |
| Portugal.....       | 165                       | 8,7        | 6,6                      | 12,22                    |
| Estados Unidos..... | 154                       | 8,1        | -10,9                    | 33,53                    |
| Grecia.....         | 72                        | 3,8        | 9,7                      | 18,48                    |
| Países Bajos.....   | 64                        | 3,4        | -2,5                     | 28,13                    |
| Bélgica.....        | 64                        | 3,4        | 2,4                      | 21,49                    |
| Dinamarca.....      | 30                        | 1,6        | 7,8                      | 32,50                    |
| TOTAL MUNDIAL.....  | 1.893                     | 100,0      | -0,6                     | 18,63                    |

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales / TARIC 6401-6405.

CUADRO 4  
POSICIÓN ESPAÑOLA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS IMPORTADORES  
(Cuota media en las importaciones)

| País                | 1995-2000 (Porcentaje) | 2001-2006 (Porcentaje) | Cuota diferencial |
|---------------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| Estados Unidos..... | 2,8                    | 1,4                    | -1,3              |
| Alemania.....       | 7,3                    | 4,1                    | -3,2              |
| Reino Unido.....    | 8,1                    | 6,2                    | -2,0              |
| Francia.....        | 10,1                   | 9,1                    | -1,0              |
| Italia.....         | 5,0                    | 2,8                    | -2,2              |
| Japón.....          | 1,9                    | 1,2                    | -0,7              |
| Bélgica.....        | 3,8                    | 3,4                    | -0,4              |
| Países Bajos.....   | 3,7                    | 2,2                    | -1,5              |

Nota: Cuota media española en las importaciones de cada país  
Fuente: ONU (declarantes importadores)/TARIC 6401-6405.

En términos de diversificación, se observa una concentración alta en las economías maduras de la Unión Europea y en los EEUU.

En cuanto a la procedencia de las exportaciones por comunidades autónomas se observa un grado de concentración medio-alto. Así el 57 por 100 de la exportación española en 2007 procede de Comunidad Valenciana, el 11 por 100 de Galicia, el 8 por 100 de La Rioja y el 6 por 100 de las Islas Baleares.

### 3.7. Evolución de la competitividad de las exportaciones españolas

España está presente en los principales mercados importadores aunque en los últimos años no ha podido evitar perder cuota de importación en la mayoría de ellos.

En el Cuadro 4 se compara la cuota media entre los periodos 1995-2000 y 2001-2006.

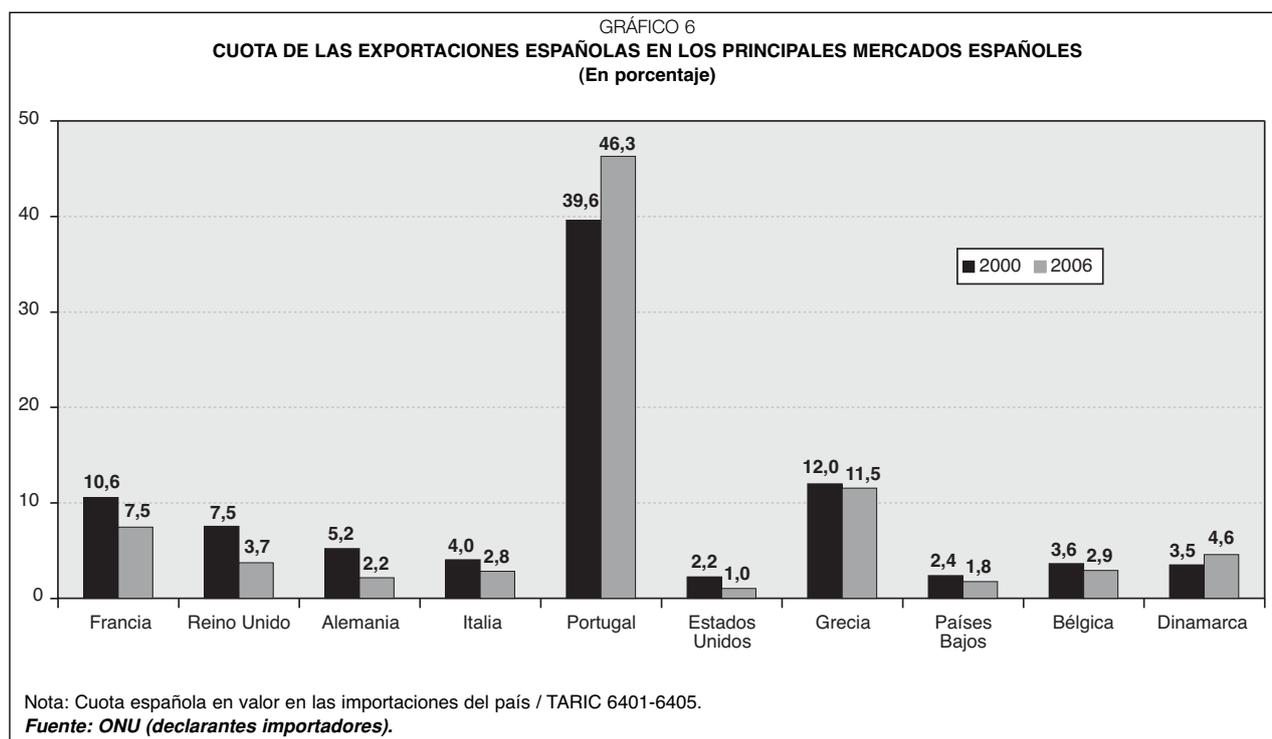
En base a los últimos datos disponibles de la ONU, año 2006, los países donde mejor se encuentran posicionados los productos españoles son Portugal (46,3 por 100), Grecia (11,5 por 100), Francia (7,5 por 100) y Reino Unido (3,7 por 100).

En comparación con los países del entorno, España se encuentra en el grupo de los que han perdido cuota de exportación. A este respecto, parece significativo que los países incluidos en este grupo ▷

CUADRO 5  
CUOTA EN LA EXPORTACIÓN MUNDIAL  
(En porcentaje)

|                    | 2000       | 2006       |
|--------------------|------------|------------|
| Alemania.....      | 3,4        | 4,1        |
| Países Bajos.....  | 2,2        | 2,5        |
| Bélgica.....       | 4,1        | 4,7        |
| Francia.....       | 2,5        | 2,4        |
| Reino Unido.....   | 2,2        | 1,5        |
| <b>España.....</b> | <b>5,4</b> | <b>3,4</b> |
| Portugal.....      | 4,2        | 2,4        |
| Italia.....        | 18,7       | 13,0       |

Fuente: ONU (declarante exportador).



**CUADRO 6**  
**EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO**  
(En euros/par)

|                   | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Exportación ..... | 13,7 | 14,7 | 15,4 | 14,2 | 16,2 | 16,6 | 18,0 | 18,6 |
| Importación.....  | 8,4  | 5,0  | 8,0  | 7,3  | 6,0  | 5,3  | 5,5  | 4,8  |

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

coincidan con los que tienen una mayor industria local (Italia, Portugal, España).

Para poder evaluar de manera más adecuada este efecto sería interesante estudiar cómo han podido afectar a estas magnitudes los procesos de deslocalización, aunque no se dispone de datos.

### 3.8. El reposicionamiento de la industria

La industria española está intentando reposicionarse a través de una mejora en sus componentes de diseño, calidad y acabado, y el esfuerzo institucional de promoción está apoyando en este sentido.

El precio medio de las exportaciones españolas ha experimentado un aumento constante durante el periodo 2000-2007, habiendo pasado de 13,7 euros/par en el año 2000 a 18,6 euros/par en 2007.

Por su parte, el precio medio de las importaciones españolas se ha reducido casi en un 50 por 100 entre el año 2000 y el 2007, en gran medida debido al bajo coste de las importaciones chinas, pasando de 8,4 euros/par en 2000 a 4,8 euros/par.

El número de empresas exportadoras del sector ha descendido en los últimos años, en línea con la disminución de exportaciones. Esto ha contribuido a que el grado de concentración de las exportaciones por empresa haya aumentado fuertemente durante los últimos años. Esta concentración se ha producido tanto en valor como en unidades.

Aunque quizá el principal motivo de este aumento en la concentración haya sido que las grandes cadenas minoristas de textil españolas han avanzado en sus procesos de internacionalización a ritmos acelerados en los últimos años, habiendo incorporado en su oferta el calzado e incrementado ▷

CUADRO 7  
EMPRESAS EXPORTADORAS Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE LA EXPORTACIONES  
(En porcentaje)

|   |            | 2000 | 2002 | 2005   | 2007   |
|---|------------|------|------|--------|--------|
| Número de exportadoras regulares  |            | –    | –    | 1.136  | 1.082  |
| Peso de las exportaciones de las 3 primeras empresas en las exportaciones del sector  | En valor   | 8,3  | 10,7 | 17,7   | 20,2   |
|   | En volumen | 3,4  | 6,7  | 10,7   | 15,6   |
| Peso de las exportaciones de las 5 primeras empresas en las exportaciones del sector  | En valor   | 11,3 | 13,3 | 19,8   | 23,7   |
|   | En volumen | 6,8  | 9,4  | 12,6   | 17,2   |
| Peso de las exportaciones de las 25 primeras empresas en las exportaciones del sector | En valor   | 25,7 | 28,5 | 34,5   | 40,5   |
|   | En volumen | 18,6 | 21,7 | 24,2   | 27,9   |
| Índice de Gini de las exportaciones   |            | –    | –    | 0,8066 | 0,8344 |

Nota: La condición de empresa exportadora regular equivale a haber exportado durante el año en cuestión y en los tres inmediatamente anteriores. El IG está comprendido entre 0 y 1. Cuando IG=0 indica perfecta distribución de las exportaciones entre todas las empresas y cuando IG=1 indica que todas las exportaciones las lleva a cabo una única empresa. Calculado para todas las empresas exportadoras regulares (2005: 1.136 empresas; 2007: 1.082 empresas).

Fuente: *Elaboración propia de SG de Análisis, Estrategia y Evaluación con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.*

CUADRO 8  
EL PRECIO DE EXPORTACIÓN Y LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

| Precio medio exportación (euros) | 2007        |  |  | Exportaciones (en millones de euros) |         | Exportaciones (en miles de unidades) |        | TVMA de la exportación |            |
|----------------------------------|-------------|--|--|--------------------------------------|---------|--------------------------------------|--------|------------------------|------------|
|                                  | Nº empresas | Porcentaje de la exportación del sector (en valor) | Porcentaje exportación del sector (en volumen) | 2000                                 | 2007    | 2000                                 | 2007   | En valor               | En volumen |
|                                  |             |  |  |                                      |         |                                      |        |                        |            |
| Más de 40 .....                  | 154         | 26,6   | 9,6  | 254,5                                | 504,1   | 5.212                                | 9.799  | 10,3                   | 9,4        |
| De 25 a 40 .....                 | 174         | 29,7   | 16,9   | 453,8                                | 561,9   | 14.948                               | 17.127 | 3,1                    | 2,0        |
| ≥ 15 < 25 .....                  | 120         | 24,8   | 23,6   | 612,4                                | 468,9   | 31.198                               | 23.932 | -3,7                   | -3,7       |
| Menos de 15 .....                | 252         | 16,8   | 45,0   | 533,0                                | 318,9   | 77.777                               | 45.747 | -7,1                   | -7,3       |
| TOTAL .....                      | 700         | 97,9   | 95,1   | 1.853,7                              | 1.853,8 | 129.135                              | 96.606 | 0,0                    | -4,1       |

Nota: se analizan las 700 primeras empresas exportadoras, regulares o no. En 2007 sumaron el 97,9 por 100 de la exportación en valor y en 2000 el 94,4 por 100. En 2007, la empresa 700 exportó aprox. 188.000 euros; en 2000, 400.000 euros.

Fuente: *SG de Análisis, Estrategia y Evaluación a partir de datos de Aduanas*

la amplitud de su gama. Por eso, el efecto de la concentración se refleja más en volumen que en precio.

Para verificar la tendencia identificada, que otorga una importancia creciente a las exportaciones de mayor valor se pasa a analizar las exportaciones españolas por segmentos de precio.

Segmentado por el precio medio de exportación de cada empresa, se observa que entre los años 2000 y 2007, las exportaciones que más crecieron fueron las de empresas del segmento alto (más de 40 euros/par), con una TVMA del 10,3 por 100.

Le siguió el segmento medio-alto (de 25 a 40 euros/par), con una TVMA del 3,1 por 100.

Ambos segmentos crecieron más en valor que en volumen, lo que indica que además de exportar más también se exportó a un precio cada vez mayor.

Tanto las exportaciones del segmento medio-

CUADRO 9  
APORTACIÓN AL CRECIMIENTO (PERIODO 2000-2007)

| SEGMENTO                          | Aportación al crecimiento de las exportaciones por segmentos (en porcentaje) |            |
|-----------------------------------|--|------------|
|                                   | En valor   | En volumen |
| Alto (más de 40 euros).....       | 13,5   | 3,6        |
| Medio alto (25 a 40 euros).....   | 5,8  | 1,7        |
| Medio bajo (≥ 15 < 25 euros)..... | -7,7   | -5,6       |
| Bajo (Menos 15 euros).....        | -11,6  | -24,8      |
| TOTAL .....                       | 0,0  | -25,2      |

Nota: se analizan las 700 primeras empresas exportadoras, regulares o no. En 2007 sumaron el 97,9 por 100 de la exportación en valor y en 2000 el 94,4 por 100.

Fuente: *SG de Análisis, Estrategia y Evaluación a partir de datos de Aduanas.*

bajo como las del segmento bajo se contrajeron. El segmento bajo (menos de 15 euros/par) fue el que más se redujo, a una TVMA del 7,1 por 100 a pesar de ser el segmento en que más empresas compiten todavía. ▷

Estos datos confirman las tendencias ya apuntadas y arrojan cierta luz sobre las posibilidades futuras del sector.

A continuación se resumen las conclusiones que se extraen de este documento de estudio.

#### 4. Conclusión

El marco de la industria del calzado español ha cambiado radicalmente en la última década. Ha pasado de ser un sector netamente exportador a que las importaciones igualen a las exportaciones.

Tras su ingreso en la OMC, China tiene cada vez más peso en el comercio mundial de calzado con un tercio de las exportaciones mundiales en 2006. España es el séptimo exportador mundial.

La producción de calzado en España se viene reduciendo desde el año 2001, tanto en pares como en valor, así como el número de empresas fabricantes y ocupados.

Las exportaciones también han caído, en valor y pares, tras el 2001, representando un menor porcentaje en el total de la exportación española (pasa del 2 por 100 en 1995 al 1,04 en 2007). A partir de 2006 se observa una cierta recuperación, en parte apoyada por el establecimiento de medidas *anti-dumping* por parte de la Comisión Europea.

Las exportaciones españolas presentan una alta concentración en las economías maduras de la Unión Europea y en los EEUU y la industria ha perdido cuota de exportación en los principales mercados (EEUU, Alemania, Reino Unido, Francia e Italia).

Las importaciones, sin embargo, han crecido a una TVMA del 14,5 por 100 entre 2000 y 2007, lo que supone un muy elevado dinamismo. El principal origen de las importaciones es China con un precio medio de importación muy bajo (2,34 euros/par).

Las exportaciones se encuentran cada vez más concentradas en las primeras empresas.

En cuanto al dinamismo por segmentos, los más altos son los que más aportaron al crecimiento del periodo, consiguiendo neutralizar la caída en

valor de los segmentos bajos, aunque no la caída en volumen.

Como señala Manfred Junkert, director ejecutivo de la Asociación de la Industria del Calzado Alemana<sup>18</sup>, parece claro que la población mundial crecerá durante los próximos años. De los niveles actuales de 6.500 millones, se espera que se alcance los 9.000 en 2050, y por ello la producción de calzado también continuará creciendo. Desde el punto de vista de los productores europeos, este hecho ofrece la esperanza de que en el futuro zapatos de alta calidad, elaborados con materiales respetuosos con el medioambiente, con alto diseño de moda, acabado de alta calidad y excelente comodidad continúen siendo demandados. Estos son los puntos a favor de la industria europea de calzado.

#### Bibliografía

- [1] CBI CENTRE FOR PROMOTION OF IMPORTS FROM DEVELOPING COUNTRIES (2008): «The footwear market in the EU».
- [2] EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL (2005): «Economic and competitiveness analysis of the footwear sector in the EU-25».
- [3] EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL (2007): «Study on competitiveness, economic situation and location of production in the textiles and clothing, footwear, leather and furniture industries».
- [4] FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL (2007): «Anuario del calzado – España 2007».
- [5] FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL (2008): «Anuario del calzado – España 2008». ▷

<sup>18</sup> En sus siglas en alemán HDS. Declaraciones durante la conferencia de prensa para la apertura de la Feria GDS el 20 de febrero de 2008 *Shoe industry comparisons in western European countries*. <http://www.trendsforshoes.com/textos/Shoe%20Industriy%20comparisons%20in%20european%20countries.pdf>

- [6] INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACIÓN (2008): «Calzado y componentes de la Comunidad Valenciana».
- [7] JUNKERT, M.; HAUPTVERBAND DER DEUTSCHEN SCHUHINDUSTRIE E.V. (2008): «Shoe industry comparisons in western European countries».
- [8] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN HONG KONG (2008): «El mercado de calzado en Hong Kong».
- [9] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BELGRADO (2008): «El mercado del calzado en Serbia».
- [10] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BRUSELAS – ADER (2006): «El sector del calzado en Bélgica».
- [11] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN LA HAYA (2008): «El mercado de calzado en Países Bajos».
- [12] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN LONDRES (2008): «Ficha sector calzado Reino Unido 2008».
- [13] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN NUEVA DELHI (2005): «La industria auxiliar del calzado en India».
- [14] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN SAN SALVADOR (2007): «El mercado del calzado en El Salvador».
- [15] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN TAIWAN (2008): «El mercado del calzado en Taiwan».
- [16] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN TOKIO (2008): «El mercado de calzado en Japón».
- [17] OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN VILNIUS (2008): «El mercado del calzado en Lituania». ▷

## Anexos

ANEXO I  
LOS CÓDIGOS TARIC QUE SE ENGLOBALAN EN ESTE ESTUDIO

6401 – Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera

6402 – Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico

6403 – Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural

6404 – Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil

6405 – Los demás calzados

Nota: En particular, se excluye del estudio los componentes del calzado (que corresponden al TARIC 6406).

ANEXO II  
CALZADO SEGÚN TARIC  
(6401-6405 - calzado acabado, excluidas partes)

|  | 1995   | 1996   | 1997   | 1998   | 1999   | 2000   | TMVA<br>00/95<br>porcentaje | 2001   | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | 2007   | TMVA<br>07/00<br>porcentaje | TMVA<br>07/95<br>porcentaje |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|-----------------------------|
| Producción (mill euros).....                 | 2.414  | 2.389  | 2.765  | 2.972  | 2.959  | 3.033  | 4,7                         | 3.158  | 3.120  | 2.740  | 2.435  | 2.151  | 2.059  | 1.905  | -8,1                        | -2,0                        |
| Producción (mill pares).....                 | 187    | 196    | 208    | 221    | 213    | 203    | 1,6                         | 209    | 198    | 171    | 147    | 126    | 118    | 108    | -10,4                       | -4,4                        |
| Exportación (mill euros).....                | 1.399  | 1.515  | 1.864  | 1.907  | 1.803  | 1.969  | 7,1                         | 2.118  | 2.143  | 1.926  | 1.749  | 1.641  | 1.710  | 1.893  | -1,9                        | 2,6                         |
| Exportación (mill pares).....                | 132    | 138    | 153    | 153    | 143    | 143    | 1,6                         | 144    | 139    | 136    | 108    | 99     | 95     | 102    | -5,6                        | -2,2                        |
| Importación (mill euros).....                | 291    | 358    | 491    | 546    | 576    | 680    | 18,5                        | 741    | 856    | 1.028  | 1.151  | 1.395  | 1.621  | 1.752  | 15,4                        | 16,2                        |
| Importación (mill pares).....                | 52     | 51     | 58     | 64     | 76     | 81     | 9,2                         | 148    | 107    | 141    | 193    | 264    | 296    | 363    | 16,2                        | 17,5                        |
| Saldo (mill euros).....                      | 1.108  | 1.157  | 1.373  | 1.361  | 1.227  | 1.289  | 3,1                         | 1.376  | 1.286  | 898    | 598    | 246    | 89     | 140    | -31,6                       | -15,8                       |
| Tasa de cobertura (porcentaje).....          | 481    | 423    | 380    | 349    | 313    | 290    | -9,7                        | 286    | 250    | 187    | 152    | 118    | 105    | 108    | -15,0                       | -11,7                       |
| Consumo aparente (mill euros).....           | 1.306  | 1.232  | 1.392  | 1.611  | 1.732  | 1.744  | 6,0                         | 1.781  | 1.834  | 1.842  | 1.837  | 1.905  | 1.970  | 1.765  | -0,2                        | 2,5                         |
| Índice de Penetración (porcentaje).....      | 22,3   | 29,1   | 35,3   | 33,9   | 33,2   | 39,0   | 11,9                        | 41,6   | 46,7   | 55,8   | 62,6   | 73,2   | 82,3   | 99,3   | 15,6                        | 13,3                        |
| Esfuerzo exportador (porcentaje).....        | 57,9   | 63,4   | 67,4   | 64,2   | 60,9   | 64,9   | 2,3                         | 67,1   | 68,7   | 70,3   | 71,8   | 76,3   | 83,1   | 99,3   | 6,8                         | 4,6                         |
| Nº de empresas fabricantes.....              | 2.145  | 2.697  | 2.695  | 2.744  | 2.812  | 2.794  | 5,4                         | 2.761  | 2.819  | 2.287  | 2.584  | 2.341  | 2.283  | 2.073  | -4,7                        | -                           |
| Empleo.....                                  | 28.703 | 41.591 | 41.851 | 46.508 | 45.883 | 47.030 | 10,4                        | 48.122 | 46.309 | 44.453 | 40.771 | 35.935 | 33.521 | 30.715 | -7,2                        | 0,6                         |
| Productividad aparente.....                  | 84     | 57     | 66     | 64     | 64     | 64     | -5,2                        | 66     | 67     | 62     | 60     | 60     | 61     | 62     | -0,9                        | -2,5                        |
| Porcentaje calzado total Export. España..... | 2,00   | 1,94   | 1,99   | 1,91   | 1,72   | 1,59   | 4,5                         | 1,63   | 1,61   | 1,39   | 1,19   | 1,06   | 1,00   | 1,04   | -7,2                        | 5,3                         |

## Notas:

- Datos de Producción: Fuente FICE
- Datos de exportaciones e importaciones: D.G. de Aduanas y FICE.
- Tasa de cobertura: Exportaciones / Importaciones.
- Consumo Aparente: Producción + Importaciones - Exportaciones.
- Índice de Penetración: Importaciones / Consumo aparente.
- Esfuerzo Exportador: Exportaciones / Producción.
- TVAM. Tasa de variación anualizada media:  $i = \sqrt[n]{(1+i_1)(1+i_2)...(1+i_n)} - 1$
- Datos de Nº empresas fabricantes y de Empleo: Fuente FICE.
- Productividad Aparente : Producción/Empleo (miles de euros por trabajador).
- Porcentaje Calzado en el Total de la Exportación española = Xcalzado / Xtotales.

| ANEXO III<br>Producción de calzado UE-27<br>(Milliones euros/ millones pares) |               |            |               |            |               |            |                  |
|---|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|------------------|
|   | 2002          |            | 2004          |            | 2006          |            | TVMA<br>en valor |
|   | Valor         | Volumen    | Valor         | Volumen    | Valor         | Volumen    |                  |
| <b>Total UE-27 .....</b>  | <b>20.267</b> | <b>994</b> | <b>17.138</b> | <b>845</b> | <b>16.014</b> | <b>727</b> | <b>-5,3</b>      |
| Italia .....  | 9.216         | 359        | 7.700         | 300        | 7.400         | 245        | -5,3             |
| España .....  | 3.120         | 198        | 2.435         | 147        | 2.059         | 118        | -9,9             |
| Rumanía .....   | 960           | 74         | 1.350         | 87         | 1.500         | 90         | 11,8             |
| Portugal .....  | 1.758         | 99         | 1.471         | 85         | 1.339         | 72         | -6,6             |
| Francia .....   | 1.630         | 75         | 1.300         | 53         | 1.135         | 44         | -8,7             |
| Alemania .....  | 1.103         | 35         | 900           | 28         | 727           | 25         | -9,9             |
| Austria .....   | 365           | 11         | 331           | 10         | 290           | 8          | -5,6             |
| Eslovaquia .....  | 122           | 10         | 229           | 15         | 250           | 17         | 19,6             |
| Polonia .....   | 293           | 38         | 286           | 52         | 245           | 40         | -4,4             |
| Reino Unido .....   | 637           | 27         | 269           | 13         | 239           | 11         | -21,7            |
| Hungría .....   | 170           | 22         | 120           | 15         | 105           | 13         | -11,3            |
| Finlandia .....   | 167           | 4          | 159           | 3          | 145           | 3          | -3,5             |
| Grecia .....  | 151           | 6          | 147           | 6          | 142           | 6          | -1,5             |
| Bulgaria .....  | 90            | 7          | 92            | 8          | 120           | 13         | 7,5              |
| Países Bajos .....  | 112           | 3          | 92            | 3          | 82            | 3          | -7,5             |
| Dinamarca .....   | 70            | 6          | 48            | 5          | 53            | 5          | -6,7             |
| Suecia .....  | 42            | 1          | 34            | 1          | 31            | 1          | -7,3             |
| Eslovenia .....   | 70            | 4          | 40            | 2          | 30            | 2          | -19,1            |
| República Checa .....   | 51            | 8          | 32            | 6          | 27            | 5          | -14,7            |
| Bélgica .....   | 26            | 1          | 23            | 1          | 25            | 1          | -1,0             |
| Irlanda .....   | 32            | 1          | 26            | 1          | 20            | 1          | -11,1            |
| Estonia .....   | 37            | 2          | 19            | 1          | 16            | 1          | -18,9            |
| Chipre .....  | 18            | 1          | 12            | 1          | 10            | 1          | -13,7            |
| Letonia .....   | 10            | 1          | 9             | 1          | 9             | 1          | -2,6             |
| Lituania .....  | 10            | 1          | 8             | 1          | 10            | 1          | 0,0              |
| Malta .....   | 7             | 0          | 6             | 0          | 5             | 0          | -8,1             |
| Luxemburgo .....  | 0             | 0          | 0             | 0          | 0             | 0          | 0,0              |

**Fuente:** CBI sobre datos Eurostat, National Statistics Offices, National Associations, Trade Estimates (07/08).  
[http://www.cbi.eu/download/mid\\_preview/3723.pdf](http://www.cbi.eu/download/mid_preview/3723.pdf)

# NORMAS DE PUBLICACIÓN

1. Las contribuciones se enviarán en formato Microsoft Word a la dirección de correo electrónico [ice.sccc@mcx.es](mailto:ice.sccc@mcx.es)
2. Sólo se admitirá material original no publicado ni presentado en otro medio de difusión.
3. La extensión total del trabajo (incluyendo cuadros, gráficos, tablas, notas, etc.) no debe ser inferior a 15 páginas ni superior a 20. El espaciado será doble y el tamaño de letra 12.
4. En la primera página se hará constar el título del artículo que será lo más corto posible y la fecha de conclusión del mismo, nombre y dos apellidos del autor o autores, filiación institucional, dirección, teléfono y correo electrónico de cada uno de ellos, así como la forma en que desean que sus datos aparezcan.
5. En la segunda página del texto estarán el título que deberá ser breve, claro, preciso e informativo, un resumen del trabajo (con una extensión máxima de 10 líneas), de 2 a 6 palabras clave que no sean coincidentes con el título y de 1 a 5 códigos de materias del *Journal of Economic Literature* (clasificación JEL) para su organización y posterior recuperación en la base de datos del *Boletín Económico de ICE*.
6. En las siguientes páginas se incluirán el texto, la información gráfica y la bibliografía con la siguiente estructura:

- Los apartados y subapartados se numerarán en arábigos respondiendo a una sucesión continuada utilizando un punto para separar los niveles de división, con la siguientes estructura:

**1. Título del apartado**

**1.1. Título del apartado**

*1.1.1. Título del apartado*

**2. Título del apartado**

- Habrá, por este orden, introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía y anexos si los hubiera.
- Las notas irán numeradas correlativamente y puestas entre paréntesis, incluyéndolo su contenido a pie de página y a espacio sencillo. Sólo deben contener texto adicional y nunca referencias bibliográficas.
- Los cuadros, gráficos, tablas y figuras se incluirán en el lugar que corresponda en el texto generados por la aplicación Word, no admitiéndose su inserción en formato de imagen. Todos deberán llevar un número correlativo, un título y la correspondiente fuente.
- Las referencias a siglas deberán ir acompañadas, en la primera ocasión que se citen de su significado completo.
- Las citas de libros y artículos en el texto se indicarán entre paréntesis con el apellido del autor y el año. En el caso de referencias de tres o más autores han de figurar todos cuando se citen por primera vez y después sólo el primer autor seguido de *et al.*
- La bibliografía se ordenará alfabéticamente con el siguiente formato.

— LIBRO:

Apellidos e inicial del nombre de todos los autores en mayúsculas. Año de publicación entre paréntesis: título completo, edición, lugar de publicación. Editorial.

Ej.: CARREAU, D., FLORY, T. y JUILLARD, P. (1990): *Droit Economique International*, 3ª edición, París. LGDJ.

— ARTÍCULO:

Apellidos e inicial del nombre de todos los autores en mayúsculas. Entre paréntesis año de publicación: título completo del artículo citado entrecomillado, nombre de la publicación en cursivas, fascículo y/o volumen, fecha de publicación, páginas. Lugar de publicación.

Ej.: VIÑALS, J. (1983): "El desequilibrio del sector exterior en España: una perspectiva macroeconómica", *Información Comercial Española. Revista de Economía* nº 604, diciembre, pp. 27-35, Madrid.

BICE retiene todos los derechos de reproducción de los artículos editados aunque tiene como práctica habitual autorizar su reproducción siempre que se cite la publicación y se cuente con el permiso del autor. La autorización deberá solicitarse por escrito en la redacción de BICE. Los artículos publicados estarán disponibles en [www.revistasICE.com](http://www.revistasICE.com)