

Pedro Iniesta - ExporivaSchuh
Hall B3 / Stand E-14

Director:
Juan Pérez Fdez.
Secretaría:
Concepción Masnou
Colaboradores
Félix Balbas
F. Martí
Ana Villo
Jordi Gimenez
Fotografias:
J.Pérez Fernandez
Publicidad
Juan Pérez
Conxita Masnou

Redacción
Publicidad, Dpto. Comercial
y Administración:
SISMESU S.L.

European Shoe Prees Associatión

Vizcaya 372, 5º2ª, esc. izq.
08027 Barcelona (Spain)
Telf. 93 487 73 71
Fax 93 488 24 71
e-mail: decero@ono.com
www.noticiasdeelcalzado.com
Edita: Decero Publicitaria S.L.

D.L.B. 7.433/1985
Printed in Spain

Las ventas al exterior descienden un 7,8% por primera vez desde 2008.

Las exportaciones de calzado, durante los tres primeros trimestres del año, han alcanzado los 2.130,5 millones de euros (125 millones de pares). Estos datos suponen un descenso del 7,8% en valor, pero con un aumento del 2,3% en volumen, respecto al mismo periodo de 2015.

La UE es el principal comprador de calzado español, representando el 78,4% del total de las exportaciones en volumen y el 76,6% en valor. Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Portugal encabezan el listado de los principales destinos.

Si en 2015 el crecimiento de las exportaciones venía en gran medida impulsado por los mercados de la UE, los datos de los primeros nueve meses de 2016 presentan un comportamiento muy diferente.

La UE lidera las caídas con un descenso del 11,3% en valor (aunque aumentan un 2% en volumen). Por el contrario, las exportaciones a destinos extracomunitarios crecen un 4,4% en valor y un 3,5% en pares. Con 528 millones de euros y 25 millones de pares, las exportaciones fuera de la UE representan el 21,6% y 23,4% respectivamente. Este dato reafirma la apuesta de la industria española por diversificar sus mercados de destino como marcas globales.

El tirón del consumo nacional se refleja en un crecimiento de las importaciones de calzado de un 4,2% en volumen y 5,8% en valor en 2016.

Tras varios ejercicios de superávit, el sector presenta un déficit comercial de 103 millones de euros.

Las empresas continúan realizando un fuerte esfuerzo en contención de costes, mejoras en la productividad y ajustando márgenes para seguir ofreciendo en los mercados internacionales un producto altamente competitivo y de máxima calidad y diseño.

La producción nacional se encuentra lejos de los niveles de 2007 pre-crisis. El principal reto del sector es seguir creciendo, recuperando rentabilidad y con el margen de maniobra para poder seguir invirtiendo en marcas, distribución y tecnologías para generar empleo cualificado.

El consumo de calzado alcanzó en nuestro país los 6.806 millones de euros en 2015 con un crecimiento del 5,3%.

Exportaciones

Durante los primeros nueve meses del año, las exportaciones totales de calzado han alcanzado la cifra de 2.130 millones de euros (125 millones de pares). Estos datos representan una caída del 7,8% en valor, aunque con un crecimiento del 2,3% en volumen respecto al mismo periodo de 2015.

Las exportaciones españolas de mercancías aumentaron un 1,2% en los nueve primeros meses de 2016, hasta los 188.485,2 millones de euros, máximo histórico de la serie para el acumulado en este periodo. Las importaciones, por su parte, se aminoraron un 1,6% hasta los 201.712,3. Como resultado, de enero a septiembre el déficit comercial alcanzó los 13.227,1 millones de euros, un 29,0% menos que el registrado en el mismo periodo de 2015, y el segundo mejor saldo registrado para el acumulado de los nueve primeros meses del año desde 1997, sólo superado en 2013. La tasa de cobertura se situó en el 93,4%.

Si comparamos internacionalmente, los resultados acumulados de las exportaciones para España (1,2%) son mejores a los registrados para el conjunto de la zona euro (0,0%) y para la UE (-0,9%). De entre las principales economías de la UE, descendieron las exportaciones de Francia (-1,5%) y Reino Unido (-4,3%), mientras que crecieron las de Alemania (1,0%) e Italia (0,5%), aunque en ambos casos en menor medida que las de España. Fuera de la UE, también decrecieron las ventas de Estados Unidos (-5,0% interanual), China (-6,8%) y Japón (-9,2%). Las exportaciones dirigidas a la UE (66,5% del total) se incrementaron un 3,9% en enero-septiembre de 2016 respecto al mismo periodo del año anterior. En el caso de las ventas a la zona euro (51,7% del total), y las destinadas al resto de la Unión Europea (14,7% del total), ascendieron un 3,6% y un 4,9%, respectivamente. En cambio, la desfavorable coyuntura en los países emergentes explica que las exportaciones a terceros destinos (33,5% del total) disminuyeran un 3,8% en este periodo, con descensos de las ventas a América del Norte (-1,0%), América Latina (-11,3%), Oriente Medio (-5,0%), África (-1,1%) y Oceanía (-22,3%). Sólo incrementaron las destinadas a Asia excluido Oriente Medio (3,1%). Especial relevancia los aumentos en mercados como Marruecos (+15,0%), China (+11,8%), Canadá (+9,1%) y Chile (+3,3%).

Por mercados

Francia, con el 19,5% de la cuota total de exportación, lidera el ranking de destinos del calzado español con 414,8 millones de euros (28 millones de pares). Estos datos reflejan unos descensos del 18,3% en valor y del 3,4% en pares. Es uno de los descensos más significativos y que más lastran la caída total.

En **Italia**, segundo comprador de calzado español con 253,6 millones de euros y 15,4 millones de pares, las exportaciones han crecido significativamente con un 12% en valor y un 20,4% en pares. El país alpino representa el 12% de las exportaciones totales.

Alemania, tercer país comprador con 202,5 millones de euros y 9,8 millones de pares, las exportaciones descienden un 8,2% en valor, aunque aumentan un 1,2% en pares. Es importante recordar que las ventas a este mercado en 2015 fueron muy buenas con fuertes crecimientos tanto en valor (18,3%) como en volumen (19,6%).

En cuarto lugar, se sitúa el **Reino Unido** donde las exportaciones han alcanzado los 157 millones de euros (7,7 millones de pares). En 2015 los crecimientos fueron muy significativos: 16,5% en volumen y 19,5% en valor. Sin embargo, en los nueve primeros meses de 2016, ya se empiezan a notar los efectos del Brexit y la devaluación de la libra. Los datos reflejan una caída del 12,3% en valor, aunque aumentan el número de pares exportadores en casi un 2%.

Descienden las ventas a **Portugal** (7,3% en valor y 1,7% en volumen).

Estados Unidos. Primer destino de nuestras exportaciones fuera de la UE y sexto en el ranking mundial (7%), continúa con un comportamiento positivo. Las exportaciones han alcanzado 147,6 millones de euros y 3,2 millones de pares, con unos aumentos del 15,7% en valor y 12% en pares. El precio medio de exportación es el más elevado: 45,53€/par.

Las ventas a **Bélgica**, séptimo comprador, tras un año 2015 de fuerte crecimiento, presentan también descensos importantes del 32% en valor y 18% en pares.

En los **Países Bajos** los descensos han sido del 6% en valor y 14% en volumen. Y en **Polonia** disminuyen un 12% en valor, pero aumentan un 10% en pares.

Grecia, décimo comprador, se modera el descenso con caídas del 5% en valor y 2% en pares.

Irlanda se sitúa en el puesto once con un descenso del 5,1% en valor, pero con un crecimiento del 19% en pares. El producto es de bajo precio (5,91€/par).

China se sitúa en el puesto doce del ranking (35,6 millones de euros) y por primera vez es el primer comprador de calzado español en Asia desbancando a Japón. Los datos reflejan una subida del 3,6% en valor y del 5,4% en pares. Sigue destacando el alto valor del precio medio de exportación a este mercado (39,53€/par).

Japón desciende al puesto en el ranking. Las exportaciones (31,7 millones de euros) presentan cifras negativas con un descenso del 8% en valor y del 14,6% en pares. Esta tendencia ya se inició en 2015.

México es el segundo comprador en el continente americano (y ocupa el puesto catorce en el ranking total) con unas caídas del 7% en valor y 4% en volumen.
Rusia asciende hasta el puesto quince del ranking y se frena la caída. Las exportaciones a este mercado aumentan un 0.2% en valor y un 4,1% en pares.
Turquía presenta una ligera caída del 2,2% en valor con un aumento del 10,4% en pares.
Corea del Sur ocupa el puesto 18 con 19,2 millones de euros y un crecimiento significativo del 21%.
En **Suiza** las exportaciones españolas de calzado presentan importantes aumentos del 15,6% en valor y del 10% en pares.
Canadá aumenta un 9% en valor, aunque cae un 5,7% en pares.
La reciente firma del acuerdo de libre comercio entre Canadá y la UE, abren buenas perspectivas para este mercado
Austria desciende del puesto 15 al 21 y presenta unos fuertes descensos del 53% en valor y 35% en volumen.
Las exportaciones a la **UE** (28 miembros) representan el 76,6% del total en valor y el 78,4% en volumen.
Las cifras durante los tres primeros trimestres de 2016 han ascendido a 1.602,3 millones de euros y 100 millones de pares. Estos datos ponen de manifiesto una caída significativa del 11,2% en valor, aunque con un aumento del 2% en volumen. La UE está liderando el descenso de las exportaciones.
A pesar de las caídas en la mayoría de nuestros principales mercados vecinos ya analizados, destacan los crecimientos en valor en los siguientes países de la UE: **Rumanía** (2%), **Dinamarca** (4%), **Croacia** (35%), **Chipre** (17%), **Eslovaquia** (24%) o **Eslovenia** (34%).
Las exportaciones extracomunitarias (23,4% en valor/21,6% en volumen) han aumentado un 4,4% en valor y un 3,4% en volumen alcanzando los 528 millones de euros y 25 millones de pares. El precio medio es de 21,19€/par.
El crecimiento anual medio del periodo 2013-2015 (CAGR3Y) de las exportaciones extracomunitarias de calzado ha sido de 4,13%.
Por último, señalar algunos terceros mercados donde las ventas de calzado español han experimentado un buen comportamiento con crecimientos en valor: **Australia** (0,8%), **Israel** (22%), **Líbano** (10,5%), **Chile** (12%), **Ucrania** (92%), **Brasil** (23,6%) **Panamá** (47%), o **Argentina** (118%).

Exportaciones (enero-septiembre)					
Año	Millones pares	Millones €	Año	Millones pares	Millones €
2001	111	1.645	**2009**	81	1.381
2002	108	1.651	**2010**	89	1.482
2003	101	1.547	**2011**	98	1.631
2004	89	1.418	**2012**	109	1.633
2005	79	1.332	**2013**	110	1.809
2006	77	1.388	**2014**	123	2.082
2007	84	1.563	**2015**	122	2.312
2008	82	1.466	**2016**	125	2.130

EXPORTACIONES. 2016
Por tipo de producto

Tipo de calzado	ENERO/SEPTIEMBRE (ACUMULADO) 2016			Variación % 16/15			2016 % sobre total exportaciones	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Piel:								
Mujer	23.491.242	845.419.475	35,99	-19,64%	-21,80%	-2,69%	18,79%	39,68%
Hombre	8.411.933	286.656.851	34,08	-8,10%	2,27%	11,29%	6,73%	13,46%
Niño	5.768.203	116.354.618	20,17	-4,54%	-3,17%	1,43%	4,61%	5,46%
Subtotal piel	*37.671.378*	*1.248.430.944*	*33,14*	*-15,21%*	*-15,74%*	*-0,62%*	*30,13%*	*58,60%*
No piel:								
Caucho o Plástico	42.004.401	373.444.246	8,89	18,63%	13,03%	-4,72%	33,60%	17,53%
Textil	37.767.979	405.457.589	10,74	9,66%	8,05%	-1,47%	30,21%	19,03%
Piso de Madera	2.720.738	37.207.710	13,68	5,79%	-9,04%	-14,02%	2,18%	1,75%
Otros Calzados	4.850.454	65.927.056	13,59	-9,03%	-20,99%	-13,14%	3,88%	3,09%
Subtotal no piel	*87.343.572*	*882.036.601*	*10,10*	*12,33%*	*6,27%*	*-5,40%*	*69,87%*	*41,40%*
TOTAL CALZADO	**125.014.950**	**2.130.467.545**	**17,04**	**2,32%**	**-7,83%**	**-9,92%**	**100,00%**	**100,00%**

Por continentes

	Exportaciones (enero-septiembre)					
	2016			% 16/15		
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %
Europa	104.747.379	1.699.122.206	16,22	2,30%	-10,48%	-12,50%
América	6.110.991	221.134.027	36,19	4,45%	9,76%	5,08%
Asia	6.394.388	164.370.890	25,71	-1,77%	-0,54%	1,25%
África	7.279.082	30.331.175	4,17	5,37%	-2,45%	-7,42%
Oceanía	476.142	15.128.966	31,77	-1,38%	-0,34%	1,05%
Resto	6.968	380.281	54,58	-84,02%	-26,81%	357,87%
Total…..	**125.014.950**	**2.130.467.545**	**17,04**	**2,32%**	**-7,83%**	**-9,92%**

EXPORTACIONES. 2016
Principales mercados
(clasificación en términos de valor)

Países	ENERO/SEPTIEMBRE (ACUMULADO)			Variación % 16/15			2016 % sobre total	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Francia	27.996.557	414.814.618	14,82	-3,43%	-18,30%	-15,40%	22,39%	19,47%
Italia	15.412.573	253.571.410	16,45	20,39%	11,87%	-7,08%	12,33%	11,90%
Alemania	9.813.734	202.483.546	20,63	1,20%	-8,20%	-9,29%	7,85%	9,50%
Reino Unido	7.722.352	156.924.678	20,32	1,86%	-12,32%	-13,91%	6,18%	7,37%
Portugal	11.462.793	148.213.727	12,93	-1,72%	-7,27%	-5,64%	9,17%	6,96%
EE.UU.	3.241.230	147.572.154	45,53	12,23%	15,69%	3,08%	2,59%	6,93%
Bélgica	4.163.844	84.451.266	20,28	-17,99%	-31,86%	-16,91%	3,33%	3,96%
Países Bajos	2.350.126	58.423.776	24,86	-14,29%	-5,84%	9,86%	1,88%	2,74%
Polonia	3.960.390	56.603.573	14,29	10,29%	-12,26%	-20,45%	3,17%	2,66%
Grecia	2.715.431	45.884.416	16,90	-1,89%	-5,44%	-3,62%	2,17%	2,15%
Irlanda	6.236.568	36.879.659	5,91	19,10%	-5,14%	-20,35%	4,99%	1,73%
China	901.162	35.626.697	39,53	5,42%	3,65%	-1,68%	0,72%	1,67%
Japón	1.503.339	31.683.665	21,08	-14,59%	-7,90%	7,84%	1,20%	1,49%
México	1.102.754	31.390.551	28,47	-3,70%	-6,95%	-3,37%	0,88%	1,47%
Rusia	937.061	25.342.288	27,04	4,11%	0,20%	-3,76%	0,75%	1,19%
Turquía	1.798.654	23.432.603	13,03	10,37%	-2,17%	-11,36%	1,44%	1,10%
Rumanía	1.568.377	21.805.630	13,90	18,26%	1,79%	-13,93%	1,25%	1,02%
Corea del Sur	807.053	19.189.054	23,78	-2,40%	21,00%	23,98%	0,65%	0,90%
Suiza	731.933	18.713.106	25,57	10,09%	15,57%	4,98%	0,59%	0,88%
Canadá	556.243	18.501.950	33,26	-5,73%	9,06%	15,69%	0,44%	0,87%
Austria	715.947	18.056.473	25,22	-34,92%	-52,92%	-27,67%	0,57%	0,85%
Suecia	757.100	16.680.654	22,03	-9,88%	-15,87%	-6,65%	0,61%	0,78%
Dinamarca	654.261	16.376.681	25,03	2,13%	3,73%	1,57%	0,52%	0,77%
E.A.U.	678.037	14.746.884	21,75	-4,23%	-14,62%	-10,85%	0,54%	0,69%
Hungría	1.510.593	14.005.678	9,27	14,82%	-11,32%	-22,77%	1,21%	0,66%
Hong Kong	298.834	13.578.211	45,44	-9,90%	-2,25%	8,49%	0,24%	0,64%
Australia	410.571	12.856.509	31,31	0,10%	0,84%	0,75%	0,33%	0,60%
Otros países	15.007.433	192.658.088	12,84	6,42%	-1,96%	-7,87%	12,00%	9,04%
TOTAL	**125.014.950**	**2.130.467.545**	**17,04**	**2,32%**	**-7,83%**	**-9,92%**	**100,00%**	**100,00%**

Por tipo de producto:

El 58,6% del valor total de la facturación exterior corresponde a calzado en piel.
Preocupan las caídas de las exportaciones de calzado en piel (en todas sus categorías) tras su comportamiento positivo de los últimos años. El crecimiento anual medio del periodo 2013-2015 (CAGR3Y) de las exportaciones de calzado en piel ha sido de 10,5%.
El subsector más importante es el calzado de señora en piel que representa casi un 40% del total por valor de 845,4 millones de euros con un precio medio de 35,99 €/par.
La segunda partida más exportada en valor es calzado textil (19% del total). Aquí se incluyen productos muy de moda en la actualidad como espadrilles, sneakers o zapatos de raso de fiesta.

EXPORTACIONES. 2016
Por tipo de producto

Tipo de calzado	ENERO/SEPTIEMBRE (ACUMULADO) 2016			Variación % 16/15			2016 % sobre total exportaciones	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Piel:								
Mujer	23.491.242	845.419.475	35,99	-19,64%	-21,80%	-2,69%	18,79%	39,68%
Hombre	8.411.933	286.656.851	34,08	-8,10%	2,27%	11,29%	6,73%	13,46%
Niño	5.768.203	116.354.618	20,17	-4,54%	-3,17%	1,43%	4,61%	5,46%
Subtotal piel	*37.671.378*	*1.248.430.944*	*33,14*	*-15,21%*	*-15,74%*	*-0,62%*	*30,13%*	*58,60%*
No piel:								
Caucho o Plástico	42.004.401	373.444.246	8,89	18,63%	13,03%	-4,72%	33,60%	17,53%
Textil	37.767.979	405.457.589	10,74	9,66%	8,05%	-1,47%	30,21%	19,03%
Piso de Madera	2.720.738	37.207.710	13,68	5,79%	-9,04%	-14,02%	2,18%	1,75%
Otros Calzados	4.850.454	65.927.056	13,59	-9,03%	-20,99%	-13,14%	3,88%	3,09%
Subtotal no piel	*87.343.572*	*882.036.601*	*10,10*	*12,33%*	*6,27%*	*-5,40%*	*69,87%*	*41,40%*
TOTAL CALZADO	**125.014.950**	**2.130.467.545**	**17,04**	**2,32%**	**-7,83%**	**-9,92%**	**100,00%**	**100,00%**

Por precios medios de exportación:

Dentro de los mercados más importantes para el calzado español en valor de exportación más elevados son los siguientes:

	País	Precio medio (€/par)
1	**EE.UU.**	45,53
2	**Hong Kong**	45,44
3	**China**	39,53
4	**Canadá**	33,26
5	**Noruega**	32,47
6	**Australia**	31,31
7	**Arabia Saudita**	30,66

	País	Precio medio (€/par)
8	**México**	28,47
9	**Rusia**	27,04
10	**Chile**	25,70
11	**Suiza**	25,57
12	**Austria**	25,22
13	**Dinamarca**	25,03
14	**Países Bajos**	24,86

Por Comunidades Autónomas:

Teniendo en cuenta a las Comunidades Autónomas donde se localiza la industria de calzado, la Comunidad Valencia lidera el ranking y representa el 45,3% de las exportaciones nacionales con un decrecimiento de casi el 20%.
La segunda Comunidad productora es La Rioja, que representa a su vez el 8,1% de la exportación total con un crecimiento del 4%.
La tercera Comunidad productora es Castilla-La Mancha, que representa el 7% del total de las exportaciones de calzado (con un aumento del 16%).
Destaca el crecimiento del 82% de las exportaciones de Aragón.
La Región de Murcia también presenta un comportamiento positivo con un aumento de sus exportaciones de calzado de un 19%.
Por el contrario, Baleares presenta una caída del 8,44%.

	Enero-septiembre 2016 €	16/15 %	2016 % s/ total
Comunidad Valenciana	964.849.038,7	-19,88%	45,29%
Galicia	290.788.119,7	7,30%	13,65%
Cataluña	183.414.237,1	-19,47%	8,61%
La Rioja	173.696.969,6	3,94%	8,15%
Castilla-La Mancha	148.090.917,8	15,98%	6,95%
Aragón	95.008.591,8	82,58%	4,46%
Región de Murcia	93.644.997,3	18,81%	4,40%
Islas Baleares	72.026.648,1	-8,42%	3,38%
Comunidad de Madrid	60.207.733,3	5,85%	2,83%
Andalucía	24.351.383,9	10,70%	1,14%
Resto	24.388.907,7	-4,00%	1,14%
TOTAL....	**2.130.467.545,0**	**-7,83%**	**100,00%**

Importaciones

En los primeros nueve meses de 2016, han entrado en nuestro país 242,8 millones de pares por valor de 2.233,5 millones de €.
Estos datos reflejan unos crecimientos del 4,1% en pares y del 5,7% en valor.
La mejora en el consumo en nuestro país, se refleja en el aumento de las importaciones.

Importaciones (enero-septiembre)						
Año	Millones pares	Millones €		Año	Millones pares	Millones €
2001	71	606		**2009**	274	1.436
2002	88	686		**2010**	323	1.682
2003	109	809		**2011**	303	1.755
2004	158	918		**2012**	263	1.613
2005	204	1.103		**2013**	272	1.623
2006	242	1.319		**2014**	265	1.876
2007	286	1.420		**2015**	233	2.112
2008	300	1.519		**2016**	243	2.234

Por países proveedores:

- China es el primer proveedor de calzado a España, con una cuota del 63% del total de pares importados.
Las importaciones procedentes del gigante asiático han sido de 152,4 millones de pares por valor de 797 millones de euros. Estos datos reflejan subidas del 3,6% en pares y del 3% en valor.
- Vietnam, segundo proveedor con un 8% de la cuota total (19,2 millones de pares por valor de 244 millones de euros), presenta caídas del 12% en volumen y 4% en valor.
Aumentan las importaciones procedentes de **Países Bajos**, tercer suministrador, en más de un 60% tanto en volumen como en valor.
- Bangladesh sube muchos escalones y se sitúa el cuarto en el ranking con 7,6 millones de pares por valor de 49 millones de euros, con unos crecimientos del 15,5% y 17% respectivamente.
- Italia es el quinto proveedor en pares pero el tercero en términos de valor.
Las importaciones consolidan su crecimiento ya iniciado en 2015.
En los tres primeros trimestres de 2016, los zapatos procedentes de Italia han aumentado un 17,3% en volumen y un 13,5% en valor.
- Portugal desciende en el ranking a la sexta posición.
En este caso aumentan las importaciones un 6,7% en volumen, pero disminuyen un 0,7% en valor.
Aumentan los pares importados procedentes de países como **Bélgica** (19%), **Alemania** (21%), República Checa (27%), **Reino Unido** (19%), **Turquía** (78%), **Albania** (132%), **Polonia** (534%), **Hungría** (143%), **Hong Kong** (81%) o **Estados Unidos** (90,5%)
Por último, destacan los descensos de las importaciones procedentes de países como **India** (-11,6%), **Francia** (13,5%) o **Indonesia** (35,2%).

Por comunidades autónomas

	Enero-septiembre		
	2016 €	16/15 %	2016 % sobre total
Comunidad Valenciana	601.048.807,4	4,19%	26,91%
Cataluña	589.714.007,1	-2,60%	26,40%
Comunidad de Madrid	419.993.631,5	8,30%	18,80%
Aragón	189.509.005,0	36,93%	8,48%
Andalucía	73.930.907,2	14,01%	3,31%
Galicia	64.731.215,6	20,10%	2,90%
Región de Murcia	45.824.854,1	-11,46%	2,05%
Canarias	43.982.916,1	24,54%	1,97%
La Rioja	42.363.147,5	-2,01%	1,90%
Castilla-La Mancha	35.359.849,8	27,45%	1,58%
TOTAL....	**2.233.524.122,0**	**5,77%**	**100,00%**


GIOS
EPPO
WOMAN
Pataky

Por tipo de producto:

En cuanto al tipo de producto de calzado, el 86% del total de los pares importados corresponde a calzado que no es de piel. El subsector que crece es el de calzado de mujer en piel.

IMPORTACIONES. 2016
Por tipo de producto

Tipo de calzado	ENERO/SEPTIEMBRE (ACUMULADO) 2016			Variación % 16/15			2016 % sobre total importaciones	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Piel:								
Mujer	13.733.951	315.812.758	23,00	5,64%	4,38%	-1,20%	5,66%	14,14%
Hombre	13.864.868	321.153.586	23,16	-4,10%	-1,86%	2,34%	5,71%	14,38%
Niño	8.153.152	137.286.592	16,84	-8,09%	-4,06%	4,38%	3,36%	6,15%
Subtotal piel	*35.751.971*	*774.252.936*	*21,66*	*-1,59%*	*0,17%*	*1,79%*	*14,72%*	*34,67%*
No piel:								
Caucho o Plástico	103.933.435	628.629.254	6,05	4,24%	3,35%	-0,86%	42,80%	28,15%
Textil	93.799.426	756.391.684	8,06	8,03%	15,64%	7,04%	38,62%	33,87%
Piso de Madera	848.221	6.845.236	8,07	-46,51%	-27,48%	35,56%	0,35%	0,31%
Otros Calzados	8.517.491	67.405.012	7,91	-2,46%	0,54%	3,07%	3,51%	3,02%
Subtotal no piel	*207.098.573*	*1.459.271.186*	*7,05*	*5,21%*	*9,00%*	*3,60%*	*85,28%*	*65,33%*
TOTAL CALZADO	**242.850.544**	**2.233.524.122**	**9,20**	**4,15%**	**5,77%**	**1,55%**	**100,00%**	**100,00%**

IMPORTACIONES. 2016
Principales proveedores
(clasificación en volumen)

	ENERO/SEPTIEMBRE (ACUMULADO)			Variación % 16/15			2016 % sobre total	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
China	152.388.313	796.871.467	5,23	3,65%	2,91%	-0,71%	62,75%	35,68%
Vietnam	19.176.373	244.380.651	12,74	-12,09%	-4,10%	9,09%	7,90%	10,94%
Países Bajos	9.014.699	164.542.934	18,25	60,56%	61,15%	0,37%	3,71%	7,37%
Bangladesh	7.563.509	48.944.049	6,47	15,46%	16,89%	1,24%	3,11%	2,19%
Italia	7.303.065	196.638.606	26,93	17,27%	13,51%	-3,21%	3,01%	8,80%
Portugal	7.093.274	118.770.513	16,74	6,71%	-0,71%	-6,95%	2,92%	5,32%
Bélgica	5.247.941	154.639.473	29,47	18,95%	20,13%	0,99%	2,16%	6,92%
Alemania	5.152.440	75.675.785	14,69	20,86%	31,42%	8,73%	2,12%	3,39%
India	4.985.424	63.125.024	12,66	-11,56%	-16,30%	-5,36%	2,05%	2,83%
Francia	4.218.709	97.760.632	23,17	-13,48%	-5,31%	9,45%	1,74%	4,38%
Indonesia	3.789.381	59.622.607	15,73	-35,20%	-20,56%	22,59%	1,56%	2,67%
Brasil	2.381.236	10.955.470	4,60	3,34%	-4,33%	-7,42%	0,98%	0,49%
R. Checa	2.007.645	27.236.357	13,57	26,86%	-38,95%	-51,87%	0,83%	1,22%
Reino Unido	1.649.637	37.362.101	22,65	18,99%	20,44%	1,22%	0,68%	1,67%
Camboya	1.631.033	19.219.038	11,78	5,78%	1,61%	-3,94%	0,67%	0,86%
Marruecos	1.585.481	27.545.537	17,37	2,16%	2,39%	0,22%	0,65%	1,23%
Turquía	1.035.306	8.565.468	8,27	78,30%	104,68%	14,79%	0,43%	0,38%
Albania	851.704	13.162.315	15,45	132,18%	125,98%	-2,67%	0,35%	0,59%
Rumanía	701.487	16.891.395	24,08	13,44%	13,65%	0,19%	0,29%	0,76%
Polonia	626.931	2.149.319	3,43	534,06%	48,05%	-76,65%	0,26%	0,10%
Tailandia	623.996	6.919.379	11,09	20,69%	8,22%	-10,33%	0,26%	0,31%
Irlanda	446.844	2.363.412	5,29	-30,30%	-20,80%	13,62%	0,18%	0,11%
Pakistán	443.717	5.230.197	11,79	-18,37%	-23,08%	-5,77%	0,18%	0,23%
Taiwán	441.377	3.244.130	7,35	-6,13%	1,88%	8,54%	0,18%	0,15%
Hungría	348.712	2.187.250	6,27	143,16%	2,50%	-57,85%	0,14%	0,10%
Hong Kong	326.010	1.459.373	4,48	80,77%	57,70%	-12,76%	0,13%	0,07%
EE.UU.	231.072	2.311.156	10,00	90,54%	25,20%	-34,29%	0,10%	0,10%
Otros países	1.585.228	25.750.484	16,24	-1,79%	15,80%	17,91%	0,65%	1,15%
TOTAL	**242.850.544**	**2.233.524.122**	**9,20**	**4,15%**	**5,77%**	**1,55%**	**100,00%**	**100,00%**



MOMAD SHOES - Madrid
Ifema PAB 6 6C - 14
www.destroycompany.com

theMICAM

theMICAM 82ª clausuró su última edición con la asistencia de 44.668 visitantes certificados, significando un aumento del 5,2% respecto a la pasada edición de febrero, de estos visitantes 26.543 procedían de países extranjeros

theMICAM concluye la edición de septiembre de 2016 en el nombre de la estabilidad, el evento mostró signos importantes de crecimiento a pesar de un panorama complejo con el desarrollo económico de la industria del calzado.



"TheMICAM atrajo a expositores y visitantes de todos los países, lo que confirma el atractivo único y credibilidad de líder mundial exposición para la presentación de los zapatos de calidad ", dijo el presidente de Assocalzaturifici Annarita Pilotti. "La feria está viva y vital, y el resultado, esta por encima de las expectativas.
Por desgracia, el mercado sigue sufriendo disminuyendo la demanda interna, pero el aumento de los compradores italianos registrada da la esperanza de un cambio de tendencia.
La respuesta de los países europeos fue buena, con Alemania en la pole posición con un incremento del 27%, Asia con Corea del Sur el 37% y China con un + 30% ".

Las citas para las próximas ediciones serán theMICAM
12-15 de febrero de 2017 con el otoño / invierno 2017/2018
17-20 Septiembre con las colecciones primavera / verano 2018.





FIORANGELO



JAPE



WALLES



DUCANERO



FRU.IT



KING



GIANNA MELIANI



ARTIOLI



GIOVANNI CONTI



DUCANERO



FRATELI BORGIOLI



KOIL



GALICIO TORRESSI



KOIL



FABIANO RICCI



MICAM

IGF SHOES





U.S.POLO

NENS





MISSOURI



DECHICS



U.S.POLO

MOMAD SHOES

INTERNATIONAL FOOTWEAR AND ACCESSORIES TRADE SHOW

Buenas perspectivas para Momad Shoes

El salón, organizado por IFEMA, celebrará su tercera edición del 4 al 6 de marzo en IFEMA-Feria de Madrid. Unas fechas acordes con el calendario ferial internacional de eventos de Calzado, que cuenta con sus propios tiempos de fabricación y distribución.

La próxima edición de MOMAD Shoes, que se celebrará del 4 al 6 de marzo de 2017 en IFEMA, avanza a excelente ritmo en su comercialización.
Así, a tres meses de su celebración, el certamen cuenta ya con el 70% de su superficie contratada, y con la confirmación de participación de destacadas firmas, como **Mascaró, Pedro Miralles, Mayoral, Pons Quintana, Pura Lopez, Robert Clergerie, Chie Mihara, Pertini, United Nude, Luisetti, Victoria, Exé, Chica10, Xti, Vidorreta, Alma en Pena, Coolway y Mustang,** entre otras.

El área expositiva de la tercera edición de MOMAD Shoes se extenderá por los pabellones 5 y 7 de Feria de Madrid, sumando en total 9.000 metros cuadrados netos, donde se expondrán las propuestas de más de 500 marcas de Calzado y Complementos para el otoño Invierno 2017/18 en los distintos segmentos de mercado.
Una alta representación sectorial que volverá a hacer de MOMAD Shoes el gran punto de encuentro para su oferta y demanda en la Península Ibérica y, por tanto, su mejor plataforma comercial de negocio, donde Moda e Innovación ocupan un lugar destacado.

El salón ha fijado las fechas de esta edición del salón de acuerdo con el calendario ferial internacional de eventos de Calzado, que cuenta con sus propios tiempos de fabricación y distribución.

POLKA





MARILA







FITFLOP



MOMAD SHOES

MODA OTOÑO/INVIERNO 2017/18

MARILA







FITFLOP





POLKA



BOBUX



MUNSTANG



GUANTITOS



VULKY



GIOSEPPO



ACEBOS

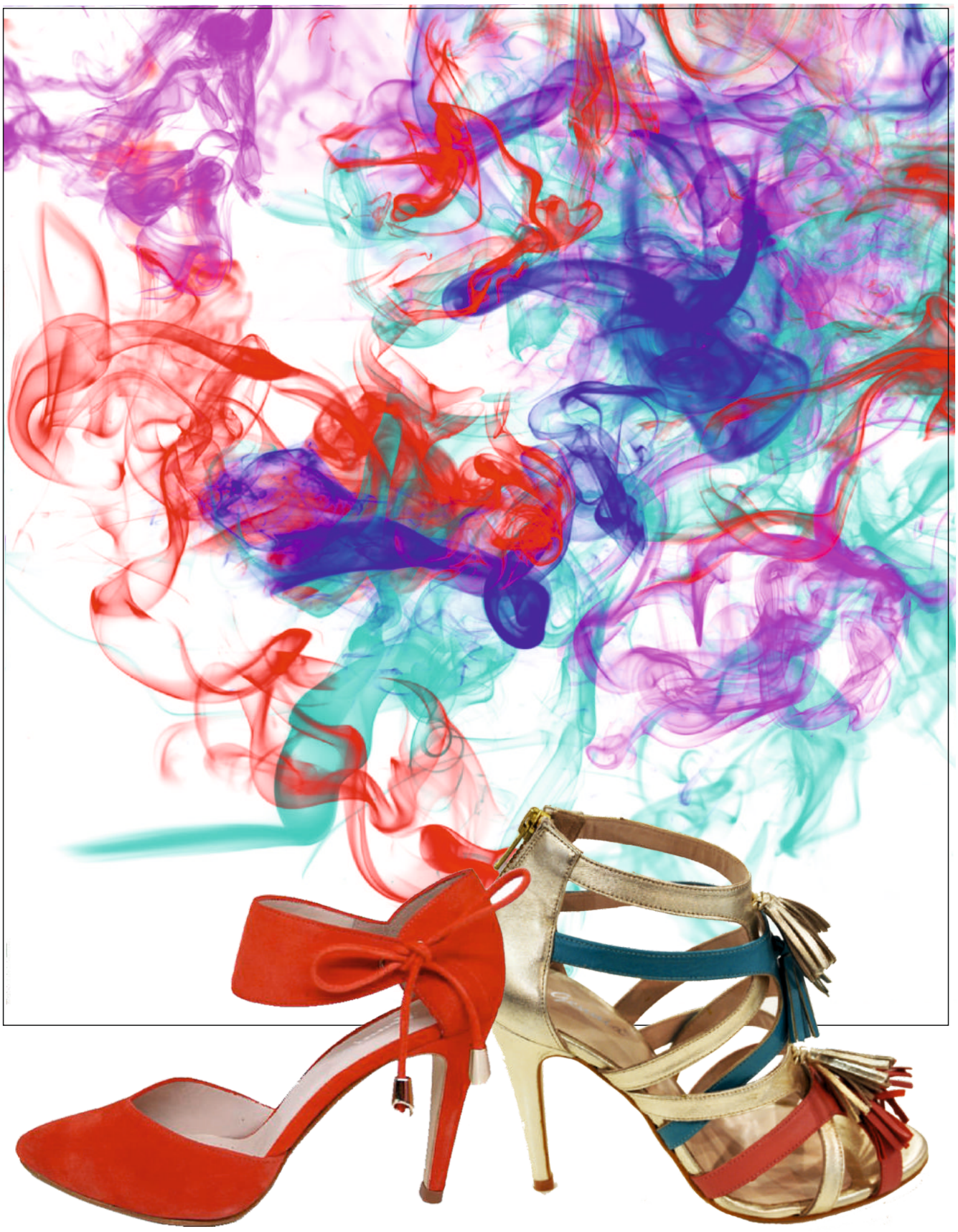


MODA OTOÑO/INVIERNO2017/18



yokono™
Made in Spain

www.yokono.es



Gennia

EX-FACTORY S.L.

Polígono "FINCA LACY" - C/ El Envelope, parcela G-2
03600 ELDA (Alicante) España
Teléf. 0034 96 539 69 38 - Fax 0034 96 539 21 12
E-mail: info@exfactory-gennia.com
www.exfactory-gennia.com

MODA OTOÑO/INVIERNO2017/18



BioStep

www.biostep.es

Dechics

Calzado infantil
Children´s shoes

theMICAM
Pab. 4B
Stand Q16



San Blas, 1
03640 MONÓVAR
(Alicante) Spain
Tel. 00-34-966 960 054
Fax 00-34-966 960 921
E-mail: info@dechics.com
www.dechics.com

87th edition 14.→17.01.2017

exporivaschuh

the fair that moves the world



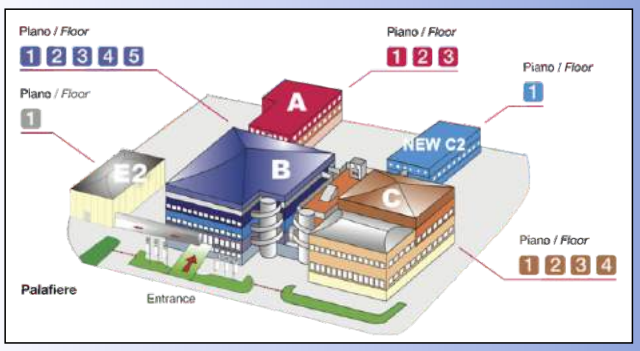
Riva del Garda® Fierecongressi

RIVA DEL GARDA - ITALY
Exhibition Centre - Via Baltera, 20

Tel. + 39 0464 520000
Fax +39 0464 570130

www.exporivaschuh.it
#ExpoRivaSchuh

87ª Expo Riva Schuh
14/17 Enero 2017





Expo Riva Schuh es actualmente el evento de referencia internacional para la industria del calzado del volumen, colocado en un rango de precio medio. Es el evento más importante de Europa en este segmento

Expo Riva Schuh es un centro de negocios a nivel internacional: un encuentro donde las empresas y los compradores de todo el mundo se reúnen, y comparan notas entre empresas italianas y europeas,

Cada vez importante la destacada presencia de la India, de china y Brasil, los tres principales fabricantes mundiales de calzado.

Expo Riva Schuh se sitúa como la primera en ronda del calendario ferial internacional. Esto permite a los visitantes tener una vista previa de las propuestas completas y planificar sus pedidos con suficiente antelación. Para los expositores es la primera prueba de evaluación de las colecciones y la oportunidad de responder mejor a la producción.

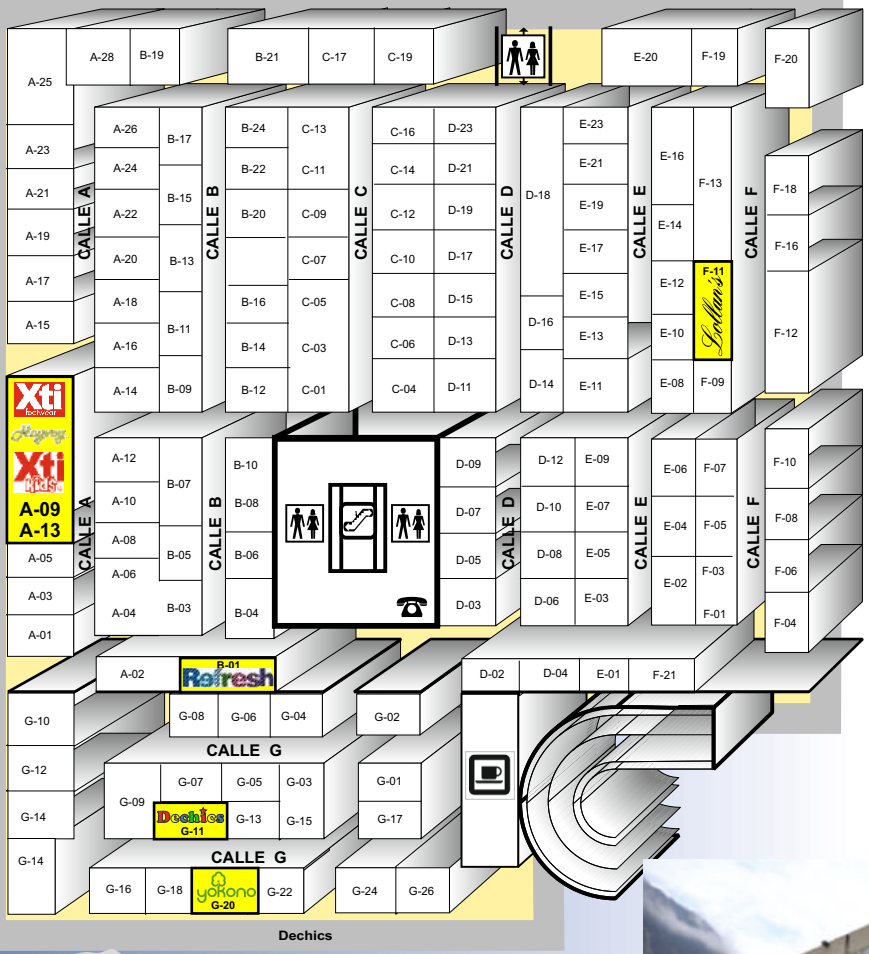
Expo Riva Schuh es también la última manifestación de la programación de la orden, gracias a la presentación de las colecciones rápidas y de reposición de existencias. Una propuesta donde alrededor del 35%, de clientes están interesados en la reposición o incorporación de nuevos modelos para la temporada que está a punto de comenzar.

Un doble oferta de Expo Riva Schuh con una posición ventajosa para delinear las tendencias y los cambios en el mercado internacional, un punto de observación que es otro valor añadido del evento.

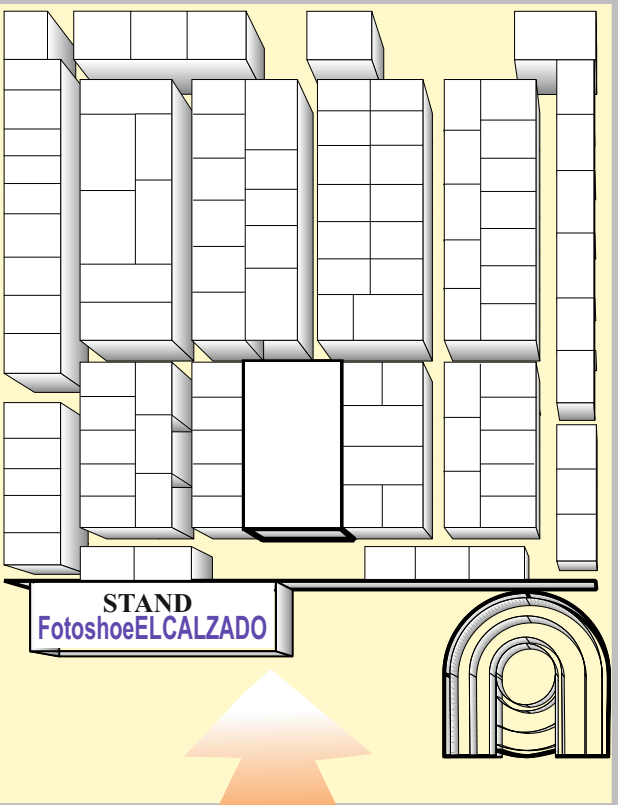
expoRivaSchuh

exporivasch uh

PALAFIERE B-1









Refresh
BE YOURSELF

MARSAN FOOTWEAR S.L.

C/ Doctor Barraquer i Roviralta, s/n
P.O.Box 710
30510 YECLA-MURCIA (SPAIN)
Tel: (+34) 968 752 879 - Fax: (+34) 968 718 269
www.refreshoes.com
E-mail: info@refreshoes.com

HALL B1 - STAND Nº B01

Dechics
Calzado infantil y juvenil
Children´s shoes Factory
San Blas, 1
03640 MONÓVAR
(Alicante) Spain
Tel. 00-34-966 960 054
Fax 00-34-966 960 921
E-mail: info@dechics.com
www.dechics.com



Palafiere B-1
Stand nº G-11

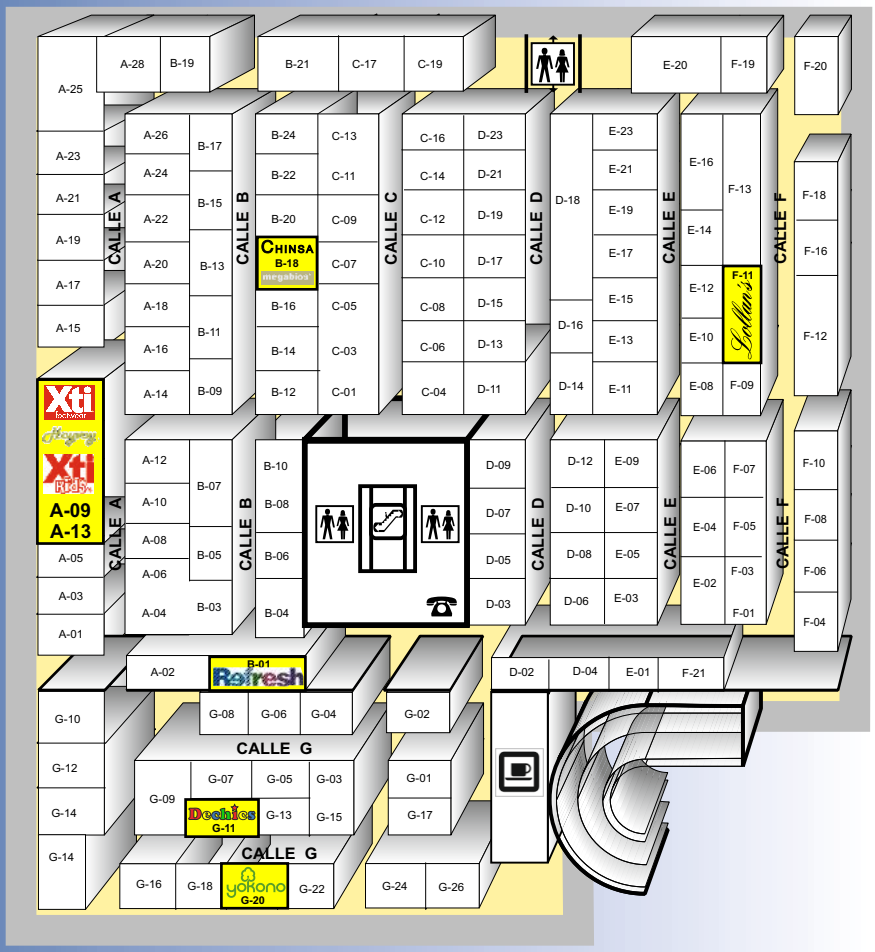
yokono
Made in Spain

Make your way

info@yokono.es // +34 965 435 699
www.yokono.es

Visit us
HALL B1
STAND G20

PALAFIERE B-1





Palafiere B1
Stand F-11



Grupo LOLLAN´S TORREMATA S.L.

PARAJE DE LA TORREMATA S/N
30400 CARAVACA DE LA CRUZ
(MURCIA) SPAIN
Telf. 0034 968 70 12 08 - Fax 0034 968 70 31 55
E mail: gestion@grupolollans.com

XTI FOOTWEAR S.L.
P. Ind. Las Teresas, C/Miguel Servet, s/n
P.O.Box 690
30510 YECLA-MURCIA (SPAIN)
Tel: (+34) 968 718 313
Fax: (+34) 968 718 340
www.xti.es
xti@xti.es

HALL B1 - STAND Nº A09-A13

BioStep

Donna Cork



PEDRO INIESTA S.A.
C. Arnedo 3 (Pol. Ind. Carrus)
03206 ELCHE - Alicante - Spain
Tel. +34 96 5435300 - Fax -34 96 5437444
info@biostep.es

HALL B3
Stand E-14

Gennia

EX-FACTORY S.L.

Polígono "FINCA LACY"
C/ El Envelope, parcela G-2
03600 ELDA (Alicante) España
Teléf. 0034 96 539 69 38
Fax 0034 96 539 21 12
E-mail: info@exfactory-gennia.com
www.exfactory-gennia.com



Palafiere B-3
Stand nº E-09

PALAFIERE B-3

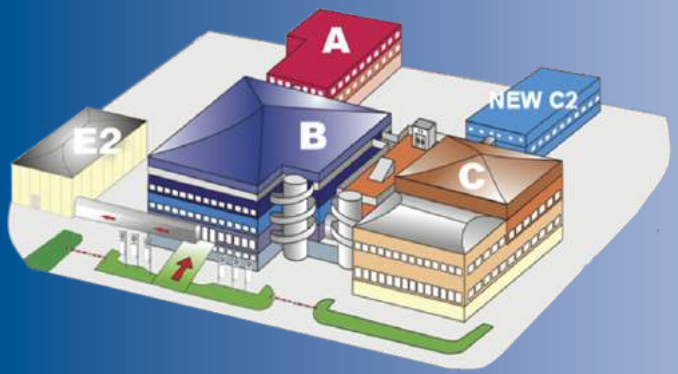




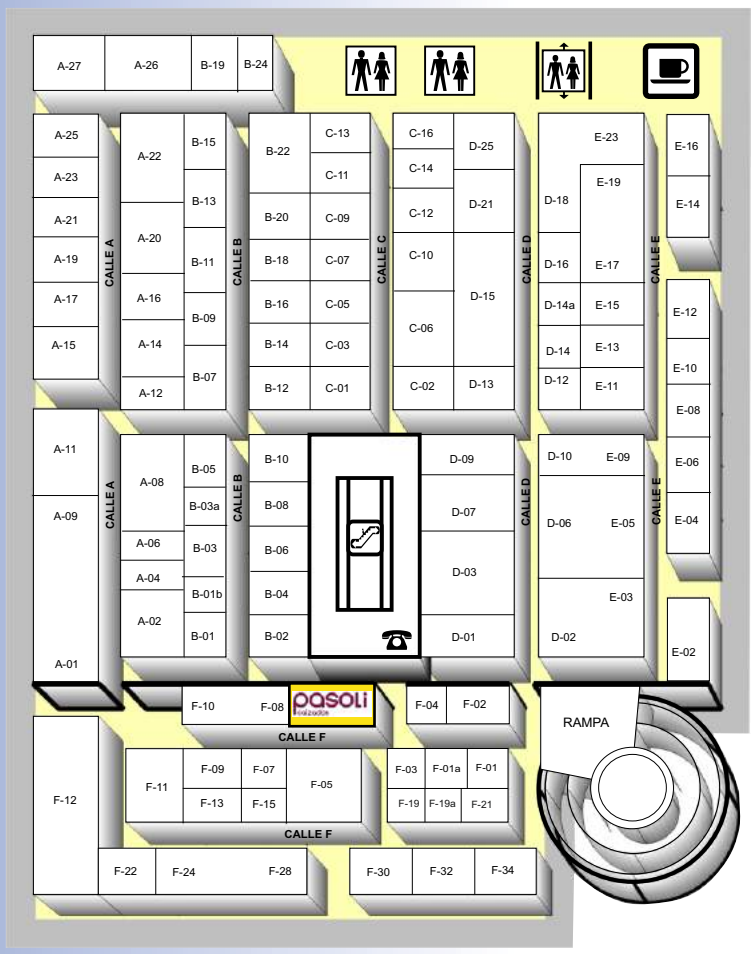
PALAFIERE E-2



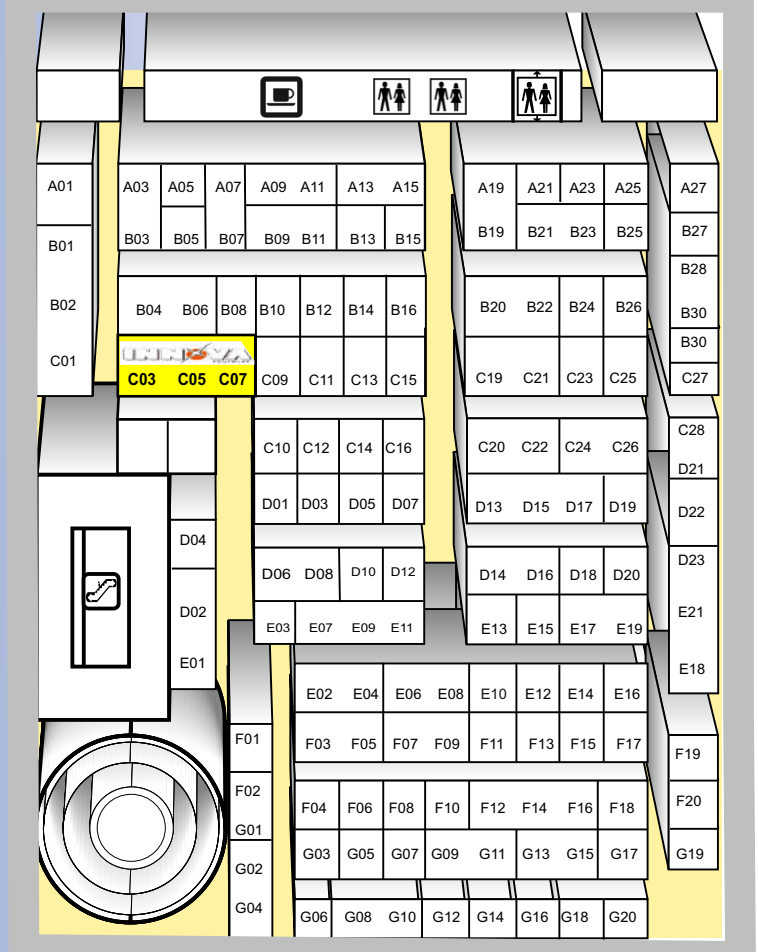




PALAFIERE B-4



PALAFIERE C-1





CALZADOS PASOLI S.L.
Segorbe 16 - Polig.Ind. Carrús
Telef. y Fax +34 96 544 88 48
03206 ELCHE (Alicante) - Spain
info@calzadospasoli.com
www.calzadospasoli.com

Palafiere B-4
STAND F-06



INNOVA FOOTWEAR S.L.
CREVILLENTE (Elche-Spain)
Tel.: + 34 96 540 41 05
innova@innovafootwear.com
www.innovafootwear.com

Palafiere C-1
STAND C 03-05-07

Loin













Loin

FOOTWEAR



www.dravemad.com

NOTICIAS

City Sock !



El calzado del siglo XXI ha aparecido por arte de magia y sin darnos cuenta en este 2016. La sneaker perfecta ha llegado para quedarse. El híbrido calcetín-zapatilla será el must have a partir de ahora. ¡**Es la Sock – Sneaker**!

En el norte de Europa está siendo una auténtica revolución y firmas como **Adidas o Nike** se han rendido a la comodidad de este calzado.

"City Sock" es como ha bautizado la firma **Adidas** a este nuevo calzado, que salió a la venta el pasado 17 de marzo y se está agotando en todas las tiendas. Un urban shoediseñado para recorrer la ciudad.

Esta sneaker aparece como una versión ligera con cortes high-end fashion hecho con materiales como Boost y PrimeKnit, dando un nivel de status y comodidad al mismo tiempo. Y por si esto fuera poco, tiene detalles que brillan en la oscuridad en la parte superior del calzado

Las zapatillas **Nike Sock Dart** fueron pensadas como un simple calcetín al que se le incorporaría una suela para evitar el desgaste.

Stuart Weitzman apuesta por el glamour



La top model **Gigi Hadid**, solo vestida con unas botas metalizadas, protagoniza la nueva campaña de la marca de zapatos de lujo Stuart Weitzman, disparada por el fotógrafo **Mario Testino**, quien ha retratado a la joven, de 21 años, sin ropa, con su melena suelta, sentada en el suelo, en una postura relajada.
La campaña, que evoca los retratos del glamur americano y reflejan las nuevas propuestas del diseñador para la temporada de Primavera-Verano 2017, quiere transmitir una nueva imagen de lo que significa ser o sentirse sexy.

Sexy es para Stuart Weitzman, "sentirse cómoda y segura en su propia piel", la campaña "captura esa esencia de un modo elegante y natural transmitiendo una visión de lo femenino, dulce y sofisticada, a través de la desnudez.

Testino logra capturar la esencia de Gigi Hadid al natural, mientras la modelo se divierte bailando y brincando. Con una propuesta monocromática, la modelo sorprende y aparece, en una de las imágenes, desnuda con su larga cabellera usando sólo unas botas metálicas de tacón, de satén y al tobillo.

NOTICIAS

Las Falsificaciones un grave problema por resolver



Los nueve sectores afectados son: cosmética y cuidado personal; industria vestimentaria, calzado y accesorios; artículos de deporte; juguetes y juegos; joyería y relojes; bolsos; industria discográfica; bebidas alcohólicas y vino, e industria farmacéutica.
Esa reducción de las ventas se traduce en la pérdida directa o la no creación de 500.000 puestos de trabajo en los sectores citados; toda vez que los fabricantes y en algunos casos, los distribuidores legítimos de los productos correspondientes contratan a un número inferior de trabajadores de los que necesitarían en otro caso. Si se tiene en cuenta el efecto en cadena de las falsificaciones en otros sectores, se estima una pérdida de otros 290.000 puestos de trabajo en la UE.
Los citados estudios fueron realizados por la EUIPO entre marzo de 2015 y septiembre de 2016 para trazar una imagen más completa del coste económico de la falsificación y la piratería en la UE. En ellos también se analizó el efecto de las falsificaciones sobre la hacienda pública.
La pérdida total de ingresos públicos anuales como consecuencia de la falsificación y la piratería en esos nueve sectores, en concepto de impuesto sobre la renta, IVA e impuestos especiales, se estima en **14 300 millones de euros.**
España: se estima una **pérdida anual de más de 8.800 millones de euros**, de ellos más de 7 100 millones en los sectores indicados, lo que equivale al **11,6 % de sus ventas.**
La pérdida de puestos de trabajo se estima en 98 500, de los que 67 200 corresponden directamente a esos sectores.

Abarcas&Alpargatas, una sociedad con historia

Miguel Hernández escribió en 1937 que **"toda gente de trono, toda gente de botas se rió con encono de mis abarcas rotas"**. La moda ha cambiado desde entonces y, hoy en día, la comodidad se ha convertido en un factor fundamental a la hora de elegir atuendo. Calzado tradicional que, en su origen, se popularizó entre las clases más humildes ha acabado por convertirse en una prenda imprescindible para los meses estivales.

Las grandes firmas de la industria de la moda y las celebridades más mediáticas también se han rendido a las clásicas alpargatas o a las abarcas menorquinas que mencionaba el poeta de Orihuela.
Además, este tipo de calzado ha logrado traspasar nuestras fronteras y, sin ir más lejos, el pasado mes de julio, 44 marcas procedentes de España viajaron a la feria **Shoes From Spain Exhibition de Tokio** con el objetivo de conquistar, alpargatas y abarcas en mano, el mercado japonés.

'Made in' Menorca

Parece ser que los indígenas prerromanos de las **Islas Baleares** fueron los primeros en utilizar las abarcas menorquinas. Posteriormente, la naturaleza pedregosa de los terrenos de la zona favoreció su uso masivo, pues los payeses necesitaban un calzado fuerte y flexible.
Hasta principios del siglo XX, las abarcas se realizaban en piel y se cosían a mano. Sin embargo, la llegada del automóvil supuso un cambio en su elaboración. El caucho de los neumáticos gastados de los vehículos sirvió para reforzar la suela de cuero y conseguir un calzado todavía más resistente e impermeable.
Los campesinos y pescadores empezaron a reciclar también la lona de los carruajes y las velas de las embarcaciones.

La ligereza del esparto

Las alpargatas de esparto nacieron en el Antiguo Egipto y fue gracias al Imperio Romano que se extendió su uso por Europa.

En España, los soldados de la Corona de Aragón ya utilizaron este calzado ligero y, un siglo después, los campesinos popularizaron su uso, **convirtiendo las alpargatas en un elemento imprescindible** de la vestimenta típica de muchas regiones de nuestro país.

La empresa Castañer, una de los fabricantes de alpargatas más emblemáticos, tuvo mucho que ver en la reinvención de este calzado, pues introdujo la diversidad de colores en sus diseños, acercando el producto al colectivo hippie.

El propio Yves Saint Laurent encargó a esta empresa la elaboración de una alpargata con cuña, algo que nunca antes se había realizado.

Desde entonces, firmas prestigiosas como **Dolce & Gabbana, Chanel y Valentino -que en 2012 creó un elegante modelo de encaje-**, han apostado por el uso de este calzado en sus colecciones.

Algunas de las estrellas más distinguidas del celuloide también han lucido alpargatas en sus películas. Rita Hayworth las calzaba en La dama de Shanghái (Orson Welles, 1947), Lauren Bacall en Cayo Largo (John Huston, 1948) y, entrado el nuevo siglo, Penélope Cruz las lucía en Volver (Pedro Almodóvar, 2006).

El artista **Salvador Dalí** ha sido otra figura fundamental a la hora de ofrecer visibilidad a esta prenda tradicional, pues apareció en numerosas fotografías con las típicas alpargatas de pinxo.
La importancia que el pintor otorgó a este calzado llevó a algunos establecimientos a bautizar con su nombre a este modelo de alpargata elaborado con cintas trenzadas.



Fuente: ExpoFashion

Juan Carlos Fernández de Salort (Pons Quintana), nombrado presidente del Comité Organizador del salón MOMAD Shoes

Su nombramiento, a propuesta de FICE, supone un paso más en la alianza de IFEMA y la patronal del sector, para hacer de esta feria el gran escaparate del *Made in Spain*

Fernández de Salort, además de formar parte del equipo directivo de la empresa Pons Quintana -con una larga y prestigiosa trayectoria en la industria del calzado español y una destacada presencia en el mercado internacional, es presidente de la Asociación de Fabricantes de Calzado de Menorca, integrada en la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE). Su nombramiento, a propuesta de FICE, supone un paso más en la alianza FICE e IFEMA, para hacer de MOMAD Shoes el gran escaparate del *Made in Spain*.



La 84ª edición de FIMI ENERO te espera !

FIMI 20-22 enero 2017
Pabellón de Cristal - Casa de Campo
Avd. de Portugal, s/n 28011 Madrid
Viernes y sabado de 9,30 a 8,30 - Domingo 9,30 a 15 h

.FIMI centra su oferta en moda infantil, calzado, complementos y todo el universo de la infancia, es el foro por excelencia del sector infantil, en la que profesionales de todo el mundo se dan cita para hacer negocio y encontrar las últimas tendencias en moda y complementos. de el sector infantil.