



Calzados Pasoli S.L.
theMICAM - Pabellón 6 - Stand B12



Director:

Juan Pérez Fdez.

Secretaría:

Concepción Masnou

Colaboradores

Félix Balbas

F. Martí

Ana Villo

Jordi Gimenez

Fotografías:

J. Pérez Fernandez

Publicidad

Juan Pérez

Conxita Masnou

Redacción

Publicidad, Dpto. Comercial
y Administración:

SISMESU S.L.



Vizcaya 372, 5º 2ª, 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

SECTOR CALZADO

Comercio exterior 1er trimestre 2016

Las ventas al exterior descienden un 3% por primera vez en los últimos cuatro años.

Las caídas en Francia, Alemania, Portugal, Países Bajos y Polonia lastran las exportaciones.

Como dato positivo, las exportaciones extra comunitarias aumentan un 4%

Las exportaciones de calzado, durante el primer trimestre del año, han alcanzado los 843 millones de euros (46,3 millones de pares).

Estos datos suponen unos descensos del 0.5% en pares y del 3% en valor, respecto al mismo periodo de 2015.

La UE es el principal comprador de calzado español, representando el 79% del total de las exportaciones en volumen y el 77% 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 del primer trimestre de 2016 presentan un comportamiento muy diferente.

La UE lidera las caídas con un 1,4% en volumen y casi 5% en valor.

De los principales compradores de calzado español, Italia es el único mercado con crecimiento significativo de nuestras exportaciones.

Por el contrario, las exportaciones a destinos extracomunitarios, 23% del total, crecen un 3% en pares y un 4% en valor.

Este dato reafirma la apuesta de la industria española por diversificar sus mercados de destino como marcas globales.

Exportaciones

Durante el primer trimestre del año, las exportaciones totales de calzado han alcanzado la cifra de 843 millones de euros (46,3 millones de pares). Estos datos representan unas caídas del 3% en valor y del 0,5% en volumen respecto al mismo periodo de 2015.

Por otro lado, durante el primer trimestre de 2016 las exportaciones españolas de bienes han aumentado un 0,2% respecto al mismo periodo de 2015 hasta alcanzar los 61.101,1 millones de euros, mientras que las importaciones se redujeron un 0,7% interanual hasta los 66.044,5 millones de euros.

Los principales sectores en términos de peso sobre las exportaciones totales en el periodo fueron: bienes de equipo (sus exportaciones representaron el 19,8% del total y descendieron un 0,9% interanual), sector automóvil (18,6% del total y aumentaron un 7,9% interanual), alimentación, bebidas y tabaco (17,2% del total y crecieron un 3,8% interanual) y productos químicos (14,6% del total y aumentaron un 2,1% interanual).

Las exportaciones dirigidas a la Unión Europea en el periodo representaron el 67,7% del total (65,3% en el mismo periodo del año anterior) y aumentaron un 3,9% interanual; las dirigidas a la zona euro, 52,6% del total (51,2% en el mismo periodo de 2015), ascendieron un 3,0% interanual; mientras que a destinos extracomunitarios se dirigieron el 32,3% del total (34,7% a igual periodo de 2015) y disminuyeron un 6,8% interanual.

En comparación con otras áreas geográficas, las exportaciones españolas de bienes crecieron un 0,2% interanual en el periodo, lo que contrasta con los retrocesos registrados por la zona euro (-0,5%) y por la Unión Europea (-0,9%). Entre las principales economías de la Unión Europea crecieron también las exportaciones de Alemania (0,7%), mientras que disminuyeron las de Francia (-1,1%), Italia (-0,4%) y Reino Unido (-4,5%). Fuera de la Unión Europea, las exportaciones de los Estados Unidos retrocedieron un 7,0% interanual, las de China un 9,7% y las de Japón un 7,9%.



Por mercados

- **Francia**, con el 21,4% de la cuota total de exportación, lidera el ranking de destinos del calzado español con 180,5 millones de euros (10,8 millones de pares). Estos datos reflejan unos descensos del 9,5% en valor y del 1,6% en pares. Hay que señalar que los primeros meses de 2015 las exportaciones a este mercado fueron excepcionalmente buenas.

- En **Italia**, segundo comprador de calzado español con 103,8 millones de euros y 5,7 millones de pares, las exportaciones han crecido un 9,8% en valor y un 10,3% en pares.

- En **Alemania**, tercer país comprador con 80,2 millones de euros y 3,7 millones de pares, las exportaciones descienden un 3,5% en valor y 4% 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 58 millones de euros (2,7 millones de pares). Estos datos reflejan una ralentización de los fuertes crecimientos de 2015 (16,5% en volumen y 19,5% en valor). En estos tres primeros meses del año en curso, las exportaciones a UK han aumentado un 5,7% en pares y 0,7% en valor.

- Descienden las ventas a **Portugal** (10% tanto en valor como en volumen).

- **Estados Unidos**. Primer destino de nuestras exportaciones fuera de la UE y sexto en el ranking mundial, continúa con un comportamiento positivo, aunque se ralentiza el crecimiento. Las exportaciones han alcanzado 47,2 millones de euros y 1,2 millones de pares, con unos aumentos del 10% en valor y 7,4% en pares. El 2015 fue especialmente bueno. Las exportaciones a USA aumentaron un 23% en valor y un 17,4% en volumen.

- Las ventas a **Bélgica**, séptimo comprador, tras un año 2015 de fuerte crecimiento, presentan también descensos (14% en valor y 9% en pares).

- Si en 2015 llamaba la atención los fuertes crecimientos en los siguientes países del ranking, los datos del primer trimestre presentan todo lo contrario. En los **Países Bajos** los descensos han sido del 12% en valor y 25% en volumen. Y en **Polonia** del 8% tanto en pares como en valor.

- **Grecia**, décimo comprador, presenta un descenso del 8,7% en valor y 12,7% en pares.

- En **Japón**, primer país comprador de calzado español en Asia (y en el puesto once a nivel mundial), las exportaciones presentan cifras negativas con un descenso del 8,8% en valor y del 12,6% en valor. Esta tendencia ya se inició en 2015.

- **China** se sitúa en el puesto doce del ranking (13 millones de euros). Los datos reflejan una subida del 10% en valor y del 26% en pares. Sigue destacando el alto valor del precio medio de exportación a este mercado (36,42€/par).

- **Irlanda** se sitúa en el puesto trece con unos crecimientos del 5,5% en valor y 15,4% en pares, pero el producto es de bajo precio (7,92€/par).

- **México** es el segundo comprador en el continente americano (y ocupa el puesto catorce en el ranking

total) con unas caídas del 4,5% en valor y 3,4% en volumen.

- **Austria**, decimoquinto comprador, presenta unos fuertes descensos del 30% en valor y 22% en volumen.

- **Rusia** asciende hasta el puesto dieciséis del ranking y se frena la caída. Las exportaciones a este mercado han descendido un 15% en valor, pero aumentan un 0,6% en pares.

Exportaciones (enero-marzo)						
Año	Millones pares	Millones €		Año	Millones pares	Millones €
2001	42	626		2009	30	536
2002	40	624		2010	31	541
2003	37	586		2011	36	599
2004	35	570		2012	41	641
2005	30	515		2013	38	672
2006	31	532		2014	42	734
2007	31	589		2015	47	869
2008	29	556		2016	46	843

EXPORTACIONES. 2016 Principales mercados (clasificación en términos de valor)								
Países	ENERO/MARZO (ACUMULADO)			Variación % 16/15			2016 % sobre total	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Francia	10.847.363	180.470.403	16,64	-1,56%	-9,54%	-8,11%	23,40%	21,41%
Italia	5.727.377	103.858.802	18,13	10,29%	9,85%	-0,40%	12,36%	12,32%
Alemania	3.749.300	80.068.676	21,36	-3,98%	-3,50%	0,49%	8,09%	9,50%
Reino Unido	2.742.584	57.998.054	21,15	5,76%	0,68%	-4,80%	5,92%	6,88%
Portugal	4.086.135	54.524.803	13,34	-10,36%	-9,70%	0,73%	8,82%	6,47%
EE.UU.	1.221.780	47.221.688	38,65	7,40%	9,90%	2,33%	2,64%	5,60%
Bélgica	1.764.915	41.720.245	23,64	-9,04%	-14,05%	-5,51%	3,81%	4,95%
Países Bajos	967.042	24.579.705	25,42	-25,07%	-12,16%	17,23%	2,09%	2,92%
Polonia	1.131.737	19.439.872	17,18	-7,74%	-8,19%	-0,49%	2,44%	2,31%
Grecia	1.039.088	17.782.922	17,11	-12,69%	-8,78%	4,48%	2,24%	2,11%
Japón	990.245	17.124.779	17,29	-12,59%	-8,86%	4,27%	2,14%	2,03%
China	355.071	12.930.824	36,42	26,08%	9,99%	-12,76%	0,77%	1,53%
Irlanda	1.540.956	12.211.900	7,92	15,40%	5,53%	-8,55%	3,32%	1,45%
México	406.419	10.838.144	26,67	-3,37%	-4,48%	-1,15%	0,88%	1,29%
Austria	309.201	8.964.409	28,99	-22,18%	-30,17%	-10,26%	0,67%	1,06%
Rusia	395.917	8.854.976	22,37	0,61%	-14,92%	-15,43%	0,85%	1,05%
Canadá	305.558	8.065.307	26,40	-6,74%	6,86%	14,59%	0,66%	0,96%
Turquía	628.842	8.000.220	12,72	13,96%	0,84%	-11,51%	1,36%	0,95%
Dinamarca	339.522	7.798.745	22,97	19,63%	17,15%	-2,07%	0,73%	0,93%
Suiza	275.465	7.569.937	27,48	0,32%	1,71%	1,39%	0,59%	0,90%
Rumanía	432.128	7.312.583	16,92	9,78%	8,05%	-1,58%	0,93%	0,87%
Corea del Sur	427.131	7.227.012	16,92	-12,49%	-6,02%	7,40%	0,92%	0,86%
E.A.U.	353.606	6.598.443	18,66	48,95%	4,40%	-29,91%	0,76%	0,78%
Suecia	280.283	6.014.767	21,46	-8,44%	-7,85%	0,65%	0,60%	0,71%
Israel	294.174	5.190.636	17,64	72,25%	38,80%	-19,42%	0,63%	0,62%
Hong Kong	144.034	4.910.143	34,09	-5,96%	-5,68%	0,29%	0,31%	0,58%
Hungría	380.122	4.726.811	12,43	-11,82%	-15,56%	-4,24%	0,82%	0,56%
Otros países	5.217.530	71.042.113	13,62	5,61%	8,07%	2,33%	11,26%	8,43%
TOTAL	46.353.525	843.046.919	18,19	-0,47%	-2,99%	-2,53%	100,00%	100,00%

- **Canadá** aumenta un 7% en valor, aunque cae un 6,7% en pares.

- **Turquía** presenta datos positivos con aumentos del 0,8% en valor y del 14% en pares.

- En **Suiza** las exportaciones españolas de calzado presentan un aumento del 1,7% en valor y del 0,3% en pares.

- Las exportaciones a la **UE** (28 miembros) representan el 77% del total en valor. Las cifras durante el primer trimestre de 2016 han ascendido a 36,5 millones de pares por valor de 650 millones de euros, con unos crecimientos del 0,16% en pares y del 13,23% en valor. Estos datos ponen de manifiesto unas caídas del 1,4% en volumen y casi 5% en valor. 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: **Dinamarca** (17%), **Rumanía** (8%), **Finlandia** (31%), **Chipre** (22,5%), **Croacia** (54%),

- Las exportaciones extracomunitarias (21% en pares/23% en valor) han aumentado un 3% en pares y un 4% en valor alcanzando los casi 10 millones de pares y 193,15 millones de euros. El precio medio es de 19,66€/par.

- Por último, señalar algunos terceros mercados donde las ventas de calzado español han experimentado un buen comportamiento con crecimientos en valor: **Emiratos Árabes Unidos** (4,4%), **Israel** (39%), **Australia** (37%), **Líbano** (31%), **Arabia Saudita** (17%), **Chile** (11%), **Ucrania** (95%), **Panamá** (136%), **Brasil** (16%) o **Argentina** (654%).

Por tipo de producto:

El 60% 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)

El subsector más importante es el calzado de señora en piel que representa un 42% del total por valor de 351 millones de euros con un precio medio de 34,33 €/par.

IMPORTACIONES. 2016								
Por tipo de producto								
Tipo de calzado	ENERO / DICIEMBRE (ACUMULADO)			Variación %			2016	
	2016			16/15			% sobre total	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Piel:								
Mujer	5.358.029	112.234.002	20,95	8,41%	6,09%	-2,14%	5,68%	14,06%
Hombre	4.682.232	107.998.537	23,07	-8,19%	-1,31%	7,50%	4,96%	13,53%
Niño	2.765.260	45.653.402	16,51	-11,96%	-2,47%	10,78%	2,93%	5,72%
Subtotal piel	12.805.521	265.885.941	20,76	-2,86%	1,47%	4,47%	13,57%	33,32%
No piel:								
Caucho o Plástico	42.457.351	214.358.046	5,05	-2,31%	1,45%	3,85%	44,99%	26,86%
Textil	36.106.745	291.535.330	8,07	-3,53%	11,17%	15,24%	38,26%	36,53%
Piso de Madera	351.871	2.879.243	8,18	-55,44%	-2,63%	118,50%	0,37%	0,36%
Otros Calzados	2.645.835	23.318.620	8,81	-13,87%	-3,98%	11,48%	2,80%	2,92%
Subtotal no piel	81.561.802	532.091.239	6,52	-3,76%	6,25%	10,41%	86,43%	66,68%
TOTAL CALZADO	94.367.323	797.977.180	8,46	-3,64%	4,61%	8,57%	100,00%	100,00%

Por Comunidades Autónomas:

La Comunidad Valencia lidera el ranking y representa el 52,5% de las exportaciones nacionales con un decrecimiento del 6%.

La segunda Comunidad productora es La Rioja, que representa el 9,5% de la exportación total con un crecimiento del 4%. La tercera Comunidad productora es Castilla-La Mancha, representando el 5,7% (con un aumento del 18%), seguida por la Región de Murcia que aumenta un 32%.

Destaca el crecimiento del 48% de las exportaciones de Aragón.

	Enero-marzo		
	2016 €	16/15 %	2016 % s/ total
Comunidad Valenciana	422.465.538,2	-6,13%	50,11%
Galicia	88.774.434,5	5,89%	10,53%
La Rioja	79.817.931,6	4,11%	9,47%
Cataluña	68.491.177,8	-26,03%	8,12%
Castilla-La Mancha	48.518.366,0	18,01%	5,76%
Región de Murcia	41.466.387,7	32,38%	4,92%
Islas Baleares	29.243.565,8	-17,98%	3,47%
Aragón	24.499.665,2	48,26%	2,91%
Comunidad de Madrid	20.267.125,1	-13,89%	2,40%
Andalucía	11.119.406,8	37,84%	1,32%
Resto	8.383.320,3	-13,39%	0,99%
TOTAL....	843.046.919,0	-2,99%	100,00%



destroy®

Walk your life

Importaciones

En el primer trimestre de 2016, han entrado en nuestro país 94 millones de pares por valor de 798 millones de €. Estos datos reflejan una caída del 3,6% en pares, pero un crecimiento del 4,6% en valor, es decir, importamos menos pares, pero de mayor precio. Caen las importaciones procedentes de China o Vietnam y aumentan las procedentes de Italia, Alemania y Reino Unido.

Importaciones (enero-marzo)						
Año	Millones pares	Millones €		Año	Millones pares	Millones €
2002	36	254		2010	135	569
2003	40	286		2011	120	642
2004	61	341		2012	103	595
2005	76	394		2013	112	583
2006	95	496		2014	106	661
2007	114	527		2015	98	763
2008	123	561		2016	94	798
2009	106	554				

Por países proveedores:

- **China** es el primer proveedor de calzado a España, con una cuota del 67% del total de pares importados.

Las importaciones procedentes del gigante asiático han sido de 63 millones de pares por valor de 304 millones de euros. Estos datos reflejan una caída del 4% en pares, pero un aumento del 4,4% en valor.

- **Vietnam**, segundo proveedor con un 7,2% de la cuota total (6,8 millones de pares por valor de 86 millones de euros), presenta caídas del 26% en volumen y 13% en valor.

- **Italia** es el tercer proveedor. Las importaciones consolidan su crecimiento ya iniciado en 2015.

En el primer trimestre de 2016, los zapatos procedentes de Italia han aumentado un 19% en volumen y un 10% en valor.

- Aumentan las importaciones procedentes de **Países Bajos**, cuarto suministrador, en un 16% en volumen y un 29% en valor.

- **Bangladesh** sube muchos escalones y se sitúa el quinto en el ranking con 2,5 millones de pares por valor de 17,2 millones de euros, con unos crecimientos del 18,5% y 27% respectivamente.

- **Portugal** desciende en el ranking a la sexta posición. En este caso disminuyen las importaciones un 0,4% en volumen, pero aumentan un 6,8% en valor.

- **India** se sitúa en la séptima posición, con una caída del 1,1% en pares y del 0,6 en valor.

- Aumentan los pares importados procedentes de países como **Bélgica** (28%), **Alemania** (33%), **Reino Unido** (74%) o **Estados Unidos** (90,5%)

- Por último, destacan los crecimientos de las importaciones procedentes de países como **Albania** (333%) o **Hong Kong** (286%).

Por comunidades Autónomas:

	Enero-marzo		
	2016 €	16/15 %	2016 % sobre total
Comunidad Valenciana	210.975.061,5	2,50%	26,44%
Cataluña	203.666.858,8	-8,11%	25,52%
Comunidad de Madrid	157.434.012,3	13,37%	19,73%
Aragón	57.784.645,0	19,71%	7,24%
Galicia	25.761.893,6	41,69%	3,23%
Andalucía	24.875.420,1	16,87%	3,12%
Canarias	20.145.991,2	16,97%	2,52%
Región de Murcia	17.231.705,7	6,77%	2,16%
La Rioja	16.766.640,0	1,90%	2,10%
Castilla-La Mancha	14.862.131,9	25,22%	1,86%
País Vasco	12.792.515,2	-13,34%	1,60%
Islas Baleares	8.012.848,0	-15,01%	1,00%
Resto	27.667.456,7	21,08%	3,47%
TOTAL....	797.977.180,0	4,61%	100,00%

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 / DICIEMBRE (ACUMULADO)			Variación %			2016 % sobre total importaciones	
	2016			16/15				
	Pares	C	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
Piel:								
Mujer	5.358.029	112.234.002	20,95	8,41%	6,09%	-2,14%	5,68%	14,06%
Hombre	4.682.232	107.998.537	23,07	-8,19%	-1,31%	7,50%	4,96%	13,53%
Niño	2.765.260	45.653.402	16,51	-11,96%	-2,47%	10,78%	2,93%	5,72%
Subtotal piel	12.805.521	265.885.941	20,76	-2,86%	1,47%	4,47%	13,57%	33,32%
No piel:								
Caucho o Plástico	42.457.351	214.358.046	5,05	-2,31%	1,45%	3,85%	44,99%	26,86%
Textil	36.106.745	291.535.330	8,07	-3,53%	11,17%	15,24%	38,26%	36,53%
Piso de Madera	351.871	2.879.243	8,18	-55,44%	-2,63%	118,50%	0,37%	0,36%
Otros Calzados	2.645.835	23.318.620	8,81	-13,87%	-3,98%	11,48%	2,80%	2,92%
Subtotal no piel	81.561.802	532.091.239	6,52	-3,76%	6,25%	10,41%	86,43%	66,68%
TOTAL CALZADO	94.367.323	797.977.180	8.46	-3.64%	4.61%	8.57%	100.00%	100.00%

IMPORTACIONES. 2016								
Principales proveedores (clasificación en volumen)								
	ENERO / MARZO (ACUMULADO)			Variación %			2016 % sobre total	
	Pares	€	Precio medio €	Volumen %	Valor %	Precio medio %	volumen	valor
China	62.881.516	304.243.251	4,84	-3,92%	4,45%	8,71%	66,63%	38,13%
Vietnam	6.803.598	85.949.687	12,63	-26,25%	-13,14%	17,78%	7,21%	10,77%
Italia	2.676.769	70.393.599	26,30	18,86%	9,95%	-7,49%	2,84%	8,82%
Países Bajos	2.578.139	47.622.698	18,47	16,20%	29,18%	11,17%	2,73%	5,97%
Bangladesh	2.521.378	17.254.691	6,84	18,46%	27,10%	7,30%	2,67%	2,16%
Portugal	2.293.152	42.580.893	18,57	-0,38%	6,85%	7,25%	2,43%	5,34%
India	2.019.659	24.328.810	12,05	-1,10%	-0,58%	0,53%	2,14%	3,05%
Bélgica	1.927.410	51.428.687	26,68	27,96%	27,54%	-0,33%	2,04%	6,44%
Brasil	1.894.069	8.036.001	4,24	-9,01%	-13,10%	-4,50%	2,01%	1,01%
Alemania	1.627.787	24.297.578	14,93	32,99%	39,99%	5,26%	1,72%	3,04%
Indonesia	1.437.491	20.898.646	14,54	-23,01%	-14,65%	10,86%	1,52%	2,62%
Francia	1.338.327	32.636.465	24,39	-26,34%	-16,20%	13,76%	1,42%	4,09%
Reino Unido	705.915	14.447.141	20,47	73,83%	58,75%	-8,68%	0,75%	1,81%
Marruecos	635.706	10.569.635	16,63	-5,01%	-1,32%	3,88%	0,67%	1,32%
R. Checa	419.529	10.549.994	25,15	-28,78%	-35,59%	-9,56%	0,44%	1,32%
Camboya	380.632	5.673.612	14,91	-20,87%	1,34%	28,07%	0,40%	0,71%
Albania	263.520	3.494.324	13,26	333,06%	501,70%	38,94%	0,28%	0,44%
Turquía	244.730	2.297.821	9,39	50,52%	145,11%	62,84%	0,26%	0,29%
Rumanía	194.937	4.769.361	24,47	-13,87%	-5,89%	9,27%	0,21%	0,60%
Tailandia	189.462	2.046.906	10,80	-11,65%	-15,39%	-4,23%	0,20%	0,26%
Hong Kong	187.565	668.056	3,56	286,21%	104,27%	-47,11%	0,20%	0,08%
Taiwán	184.152	1.046.062	5,68	-7,63%	-26,21%	-20,12%	0,20%	0,13%
Pakistán	183.732	2.256.077	12,28	46,25%	39,00%	-4,95%	0,19%	0,28%
Irlanda	148.729	926.903	6,23	-19,16%	2,39%	26,65%	0,16%	0,12%
Hungría	147.313	761.370	5,17	114,83%	-27,54%	-66,27%	0,16%	0,10%
EE.UU.	64.689	933.581	14,43	90,50%	100,24%	5,11%	0,07%	0,12%
Bosnia-Herzegovina	54.900	352.528	6,42	97,26%	31,34%	-33,42%	0,06%	0,04%
Otros países	362.517	7.512.803	20,72	11,75%	14,53%	2,49%	0,38%	0,94%
TOTAL	94.367.323	797.977.180	8,46	-3,64%	4,61%	8,57%	100,00%	100,00%

Fuente : AEAT/ Departamento de Aduanas de La Agencia Tributaria de España
Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP) elaboración FICE.



www.dravemad.com





www.gioseppo.com



www.gioseppo.com

**GIOS
EPPO®**

WOMAN

Tabakya



See you at:
MOMAD METROPOLIS
Hall 6 · Stand D6

MICAM
Hall 7 · Stand N11/P12

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

pasoli
calzados



Expo Riva Schuh, dos eventos en uno

Avance de las colecciones verano 2017 y reposiciones otoño-invierno 2016.

42 firmas españolas participan, a través de FICE, en esta edición. Este dato representa un incremento del 14% respecto a hace un año.

Las exportaciones españolas de calzado en el primer trimestre de 2016 han alcanzado los 843 millones de euros (46,3 millones de pares). Estos datos reflejan unos descensos del 3% en valor y del 0,5% en volumen.

El grupo organizado por FICE ocupó 1.101,75 m2.

EXPO RIVA SCHUH nuevas estrategias para conquistar el mercado

Es el retrato de un sector del calzado en estado de agitación, lo que emerge de Expo Riva Schuh: el evento internacional dedicado al mundo del calzado de volumen se cierra la edición 86ª de hoy con 11.025 visitantes.

"Esta edición nos ha dado la imagen de una industria que está cambiando - dice el presidente de Riva del Garda Fierecongressi Roberto Pellegrini. Expo Riva Schuh siempre ha representado una excelente oportunidad para entender cómo evoluciona el mercado, sobre todo en esta edición hemos visto grandes cambios que están afectando a la feria y la industria. Nos encontramos con nuevos tipos de visitantes, entre ellos tan grandes cadenas de moda rápida que nacen en prendas de vestir y están entrando ahora en el sector del calzado, y los nuevos métodos de compra de los compradores.

Especialmente positivo fue la respuesta de los compradores de Rusia, que en Expo Riva Schuh no sólo están en busca de un producto de gama media adecuada a las necesidades de un mercado interior con dificultad, sino también a las empresas de Made in Italy que hacen ofertas y establecen una cooperación a largo plazo.

La velocidad en la moda y los cambios que tienen lugar en el momento de presentación de las colecciones se ha hablado en la conferencia de apertura del sábado 11 de junio "Los cambios que



GENNIA



PASOLI



YOKONO



FLEX&GO

tienen lugar en el calendario de la moda": durante la reunión discutieron cómo es posible reducir la brecha entre el momento en que se presenta un producto y aquel en el que lo que realmente llega al consumidor y las posibles consecuencias de esta revolución para el mundo del calzado y para la industria de exposiciones.

Expo Riva Schuh confirma la vocación internacional del evento, con 1.139 de 1.438 expositores procedentes del extranjero, con más de 40 países representados con la presencia de colectivos de China, India, Brasil, Portugal, España, Indonesia y Pakistán. Tomaron parte en cuatro días el evento también algunas delegaciones de compradores, organizados en colaboración con la Agencia de hielo, de América del Sur (especialmente de Argentina, Chile, Colombia y Perú) y Europa, con representantes de Bélgica y Suecia.

La próxima Expo Riva Schuh se celebrará del 14 al 17 de enero de 2017, con las colecciones para otoño -invierno 2017-18



PASOLI



GENNIA



GENNIA



FLEX&GO



YOKONO



FLEX&GO



MARILA



PASOLI



HAIKON HADA





HAIKON HADA



YOKONO



SALAMERA



LOLLANS



STATUS





DECHICS



LOLLANS



STATUS



SALAMERA



FLEX&GO

**GDS proporciona una amplia
plataforma de tendencia
26/28 de Julio 2016**

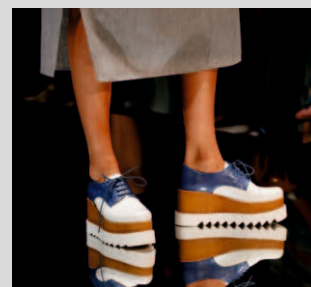
740 marcas y 180 expositores de la etiqueta de él! presentaron las tendencias para la próxima temporada primavera/verano en GDS Düsseldorf. Ambas ferias de celebraron del 26 al 28 de Julio, por primera vez, de martes a jueves,

Lo cual hizo posible evitar coincidir con el viernes como uno de los días de venta más fuerte y permite a los minoristas sacar provecho de las ferias de la mejor manera posible. En total aprox. 12.500 minoristas visitaron las dos ferias de calzado. Demasiado pocos en la opinión de Werner Matthias Dornscheidt, Presidente y CEO de Messe Düsseldorf: "Ni el sector ni nosotros podemos estar satisfechos con este número de visitantes. Es por ello que hemos decidido con el Consejo Asesor consultar de nuevo la optimización de GDS junto con la industria y al por menor durante las próximas semanas".

Desfiles de moda, los puntos de tendencia, Códigos de tendencias y las conversaciones Trend - a través de sus primeras fechas y la extensión gradual de su tendencia Servicios GDS se ha posicionado como una plataforma de información esencial que proporciona el sector con una visión perfecta de las colecciones internacionales con sus tres mundos temáticos ESTUDIO, HIGHSTREET y POP UP.

Los visitantes tomaron interés en la pasarela GDS, muestra en el Área de Pasarela separada del pabellón 2, cuyo programa se había ampliado aún más para la temporada. Por primera vez, desfiles elementos de la colección destacados de los tres mundos GDS. característica especial: el GDS espectáculo de apertura, que presentan los estilos más atractivos del mundo de estudio bajo el título "RE: LUXE". invitado especial en la pasarela fue modelo y actriz Alena Gerber. Otras prestaciones adicionales de tendencias incluyen los puntos GDS Trend, que proporcionaron los minoristas con los modelos perfectos para el merchandising visual con sus pantallas, y los códigos GDS tendencia, que respondieron a una de las cuestiones clave para asesorar a los

gds



gds

gds



El último día de GDS vio fabricantes de calzado y minoristas interesados aprenden detalles sobre los conceptos de sostenibilidad en la industria del calzado como parte de un taller. Bajo el título "Zapatos verdes para una Vida Sostenible" visitantes disfrutaron de una conferencia sobre los resultados del proyecto "Paso a la sostenibilidad", así como dos mesas redondas con representantes clave de la industria, que presentan y explican "Mejores casos" para el sector del calzado. El taller fue organizado por la Confederación Europea de la Industria del Calzado (CEC) y sus socios europeos para el proyecto "Paso a la sostenibilidad".

Las próximas ediciones de GDS y etiquetar! se llevará a cabo del 7 al 9 de febrero de 2017 y 25 a 27 de julio de de 2017.



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

Mercado nacional: las ventas en España se mantienen para el 44,2% de las empresas y crecen para el 28,5%. Las expectativas para 2016, son de “mantenimiento”.

Mercados exteriores:

el comportamiento de las ventas sigue siendo positivo para más del 80% de las empresas.

Estrategias: destaca, con un 57,7% de las empresas, la “creación/potenciación de marca propia”. La adopción de esta estrategia es una de las características que diferencian a aquellas con mejores expectativas de venta.

Canales de distribución: crece el porcentaje de empresas con tienda de marca propia (del 11,4 al 13,7%) y se reduce la proporción de las que han vendido en tiendas de ropa (del 32,0 al 25,6%), de calzado (88,1 al 83,9%) y outlets (17,3 al 12,8%).

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

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

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

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

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

En cuanto a la **distribución**, ha crecido en 2015 el porcentaje de empresas con tiendas de marca propia, y se ha reducido, en especial, la proporción de empresas que ha vendido en tiendas de ropa, en tiendas outlets y en tiendas de calzado.

A pesar de este descenso, el canal fundamentalmente utilizado (por 8 de cada 10 empresas) sigue siendo, al igual que en 2014, la tienda de calzado.

En cuanto a las **ventas por canal**, y tal como ocurría el año anterior, más de la mitad de estas empresas han experimentado crecimientos en el canal online en 2015.

Destacamos también el incremento del porcentaje de empresas que han aumentado las ventas en tiendas propias (del 32,0 al 46,8%) y la disminución de quienes las han aumentado en tiendas de ropa (del 22,9 al 15,0%), aunque en este último caso la gran mayoría de empresas dice haberlas mantenido.

En cuanto a los grandes almacenes/superficies, se observa una reversión del comportamiento descendente anterior, pues se incrementa el porcentaje de empresas que dicen haberlas aumentado (del 20,7 al 24,5%) y se reduce el porcentaje de quienes las han disminuido (del 17,2 al 11,8%). En cuanto a las **expectativas** para 2016, prevalece el porcentaje de empresas que espera aumentar las ventas en el canal online (63,7%) y en tiendas de marca propia (57,9%).

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



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

MEDITERRANI FASHION KIDS

El Salón Mediterrani Fashion Kids
presentó en su 20º Aniversario, en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona,
una selectiva oferta de la moda para la temporada Primavera-Verano 2017
en moda infantil y juvenil, del cual presentamos una pequeña muestra



GARVALIN



GIOSEPPO



ELI



NENS



CHICCO



BEPPI



MOD8



VULKY



TITANITOS



JOMA



KICKERS



SUNE



ANDANINES



CARMEN GARCIA



BEPPI



GIOSEPPO



PRIMIGI



ENDINS



DESIGUAL

FIMI marca tendencia y reúne las colecciones de 300 firmas expositoras

El aumento de los visitantes extranjeros ha sido una de las claves de la última edición de FIMI, Feria Internacional de la Moda Infantil y Juvenil, celebrada entre el 24 y el 26 de junio en Madrid. Visitantes de 55 países hicieron que se duplicará el índice de internacionalidad de la demanda que paso de un 3,65% a un 7,68% del total.

Compradores procedentes de Alemania; Andorra; Arabia Saudí; Argelia; Argentina; Australia; Austria; Bahrein; Bélgica; Brasil; Bulgaria; Canadá; China; Colombia; Corea del Sur; Costa Rica; Cuba; Dinamarca; Emiratos Árabes Unidos; Estados Unidos; Francia; Georgia; Grecia; Guatemala; Holanda; Honduras; Hong Kong; India; Indonesia; Irlanda; Israel; Italia; Japón; Líbano; Libia; Marruecos; México; Moldavia; Nicaragua; Omán; Panamá; Perú; Polonia; Portugal; Puerto Rico; República Checa; República Dominicana; Reino Unido; Rumania; Rusia; Suecia; Suiza; Sudáfrica; Túnez; Turquía y Ucrania han acudido a la última edición de FIMI.

Por otra parte, el certamen ultima un plan de promoción nacional que reactive la presencia de compradores españoles en el certamen de cara a la próxima edición. Según explica Alicia Gimeno, directora de FIMI, ha habido una serie de circunstancias tales como las elecciones generales que se convocaron en coincidencia con el certamen, las fiestas de San Juan o la huelga del transporte que han resultado disuasorias para la demanda nacional. En este análisis coinciden diferentes expositores como Eva Jerez, N+V Villalobos + Nieves Álvarez, SANMAR, Oca Loca o Varón e hijos que han lamentado la bajada de visitantes nacionales, que ha rondado el 11%.

FIMI siempre ha estado muy atento a las necesidades del comprador nacional y lo continuará haciendo en próximas convocatorias favoreciendo su visita y haciéndola mucho más cómoda. Por el momento, ha diseñado una agenda de reuniones con los diferentes protagonistas del sector al objeto de fijar una nueva estrategia dirigida al comprador nacional.



24/26 JUNIO 2016

elcalzadoby
BABY

LEALELO



CONGUITOS



LEON SHOES



ATOMIK



ATLANTA



ATLANTA



DECHICS



ATOMIK



El sector supera por primera vez sus ventas internacionales frente a las nacionales

Según los últimos datos del sector ofrecidos por ASEPRI, Asociación de Productos para la infancia, por primera vez la exportación en el 2015 representa el 51% frente a las ventas nacionales, que se sitúan en un 49%.

El sector de productos para la infancia facturó un total de 1.204 millones en 2015, siendo destinados a la exportación un total de 612 millones desbancando por primera vez al mercado nacional que se sitúa en 592 millones. El crecimiento de la facturación total con respecto a 2014 ha sido de un 7.5%; las ventas internacionales se han incrementado en un 11%, y en cuanto al mercado nacional un 4%. ASEPRI estima que para el 2016 el sector tendrá un crecimiento del 4.2% en facturación total, un 4.6% en ventas internacionales y un 3.8% en el mercado

nacional. El 87% de nuestras ventas internacionales se sitúan en la Unión Europea. Italia sigue liderando el ranking de facturación con una cuota del 23%, le sigue Portugal, Alemania, Francia, Reino Unido, Grecia y Polonia. Fuera de la Unión Europea destaca México que representa el 5.3% de nuestras exportaciones, Rusia con un 4.3% y Estados Unidos donde se factura un 3.1%.

LEON SHOES



DECHICS



Hay energía y confianza en los niños internacionales

Pitti Bimbo 83 confirma los altos niveles de asistencia de la pasada edición, mucha creatividad en las colecciones, presentadas por cerca de 500 marcas internacionales de alto nivel, la calidad de los compradores y eventos especiales en el calendario, forman parte del éxito de esta pasada edición. Un número creciente de Alemania (+ 5%), el Reino Unido (+ 24%), Japón (+ 14%), China (+ 20%) y Corea del giro de Rusia (+ 5%) y Europa del Este, la confirmación para los compradores estadounidenses. Incluso con un ligero aumento italianos

Para la moda Internacional Junior, una ola de confianza en la edición 83 de Pitti Bimbo (Florencia, del 23 al 25 de junio de 2016). En los mercados internacionales ha habido un rendimiento muy positivo desde el Reino Unido (+ 24%), Alemania (+ 5%), China (+ 20%), Japón (+ 14%), Corea del Sur (+ 43%), hasta también Suiza y Austria; Rusia - que vuelve a la cabeza del mercado de Berlín - se ha invertido la tendencia negativa de las últimas temporadas y publicado un + 5%; Ucrania y + 10%, a medida que han ido creciendo la mayoría de los países de Europa del Este; una confirmación sustancial de los compradores de vino de los Estados Unidos, mientras que han registrado descensos España, Francia, Bélgica y Turquía. En total fueron del orden de 2.400 compradores extranjeros en la feria.

El frente de los compradores italianos resultado a resultado muy animada, con un ligero aumento en el número.

"El ambiente en las gradas fue muy positiva - dice Raffaello Napoleone, administrador delegado de Pitti Imagen - operadores del bebé de la moda internacional han expresado su satisfacción por los resultados recogidos en estos días de trabajo, a pesar de las noticias que llegan desde el Reino Unido y las incertidumbres que éstos han proyectado la economía mundial. El ranking de los 20 mejores de los mercados de salón ve volver a dirigir Rusia (179), seguido de España (167 compradores), Alemania (151), Reino Unido (137), China (124), Francia (99), Países Bajos (85), Turquía (81), Bélgica (77), Grecia (68), Ucrania (67), Corea del Sur (56), Japón (50), Polonia (47), Suiza (42), Estados Unidos (40), Líbano (36), Austria (35), EAU (33) y Brasil (27).





EMILIO CALEMBERT ESCARTIN

Calàbria 173, 4º 7ª
08015 Barcelona
Telef. 93 182 65 49
Mòvil 607 266 328
e-mail: emiliocalembert@hotmail.com



JAVIER APARICIO HÄDINGER



The **FLEXX**

blanca-t
FABRICADO EN ESPAÑA

Walk & Fly
MADE FOR YOU

 **barba
negra**

REPRESENTACIONES

Pº de Gracia 20, 2ª - 08007 Barcelona
Tel/Fax 931 630 277 - M 650 490 847
japaricioh@gmail.com

MANEL CABRONERO

Aragón, 92-94 entlo. 2ª -
08015 Barcelona
Telef. 649 192 480 - 650 376 409
E-mail: cabronero@ono.com

samoa
MADE IN ITALY FLORENCE

MF
Mercante di Fiori

relaxshoe
RELAX YOUR LIFE

igor

TONI MARTINEZ VILARDELL

C/. Calabria 173, planta 7ª, desp. 6
08015 Barcelona
Telef. 93 226 43 74 - Mòvil 607 380 911
E-mail: tonimarvi@gmail.com



DOCTOR } CUTILLAS

Representacions **BENET BATALLER**



ANTONIO CALAHORRA



Calabria 173, planta 6, desp. 10
Tel.y Fax 93 226 37 96
08015 BARCELONA



JOAN VALLÉS GRAU

Gerente

Calàbria 173, 7º 9ª
Barcelona 08015
Telef./Fax: +34 93 226 44 85
email: diminut@diminut.net
Móvil: +34 646 97 75 13



Representants
de calçat

V. & J. VIOLETA



Calabria 173,
Planta 4, desp. 8
Tel. 93 226 43 47
Fax. 93 228 23 89
08015 Barcelona



PARTICULAR
Padre Font, 74
Tel. Y Fax. 93 784 39 50
Móvil. 667 466 674
Email: germansvioleta@hotmail.com
08223 Terrassa



JUAN BELTRAN GARCÍA
C/. Calàbria 173, 3ª planta, desp. 2
08015 Barcelona
Telef.: y Fax: 93 226 98 44
Móvil 610 409 614
E-mail: beltran173@gmail.com



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

Gennia

EX-FACTORY S.L.

Con el objetivo de fabricar nuevos modelos de calidad, hemos adquirido las capacidades tecnológicas y las infraestructuras adecuadas para su consecución. En la actualidad nuestros diseños y el confort de nuestros zapatos son únicos y reconocidos por nuestros clientes.

Nuestra mayor satisfacción es la felicitación de nuestros clientes cuando reciben sus pedidos. Se trata de hacer un buen trabajo, con un diseño correcto y la calidad y el confort que sean compatibles con el precio.

Por la vocación de exportadores, asistimos a ferias internacionales, tales como:

RIVA del GARDA (stand B3/E09)
MICAM (stand 1A/19)

La calidad de nuestro calzado está garantizada por la evidencia de los resultados en las ventas ya realizadas y la satisfacción de nuestros clientes.

Exfactory demuestra con soluciones inteligentes y rentables que es una empresa sólida, capaz de ofrecer la confianza suficiente a un sector en constante evolución como es el de la moda y el calzado.

www.exfactory-gennia.com



PASOLI

calzados

CALZADOS PASOLI S.L.

Segunda generación de fabricantes calzando el pie desde el año 1982. Aunando calidad y diseño en un producto hecho en España y en piel.

Basando nuestra fabricación en calzado de señora y caballero, llegando hasta ellos con nuestras marcas de reconocido prestigio, **LOLA CANALES** **IDENTITY** **CAFFEINE**.

Con un sólido reconocimiento y prestigio en el mercado español en el año 2008 nos lanzamos a buscar nuevos horizontes, comenzando entonces la implantación en el mercado exterior, el cual vamos ampliando gracias a nuestro secreto... el equipo humano, que existe detrás de cada diseño, y nuestros clientes que a través del feedback nos impulsan a dar lo mejor de nosotros mismos, haciendo de CALZADOS PASOLI una empresa seria y comprometida.

www.calzadospasoli.com



DeChics

Calzado infantil
Children's shoes

Empresa con más de 30 años dedicados a la fabricación de calzado infantil y juvenil ubicada en Monóvar (Alicante). DeChics calza a niños en España, Europa, Asia y América. Nuestro equipo de técnicos y creativos se esfuerzan día a día en elaborar un producto de tendencias en el que se combine el confort y la practicidad; con una máxima: la relación precio-calidad-moda. Visitamos cada temporada las ferias de componentes más relevantes para escoger los mejores materiales, obtener la máxima información y trasladarla a nuestras colecciones, que después exponemos en las más importantes ferias internacionales del sector. Zapatos hechos en piel, con forros de piel y pisos muy flexibles, que deben pasar las pruebas más rigurosas para estar exentos de productos tóxicos y cuidar la salud de los pies de los niños. Nuestras especialidades en zapato: Cosido Billy, montado y mocasín. En sandalia: cosido Billy, montado y guaracha.

Fabricamos desde talla 15 a 40.

Peucos, pepitos, merceditas, colegial, botas, botines, bailarinas, romanas, menorquinas, etc.

Nuestra capacidad de producción es de 4.000 pares diarios.

Podemos hacer pares por encargo, donde el cliente puede elegir material, color, suela, etc, con lo que la exclusividad queda garantizada.

www.dechics.com

