

# Informe del calzado en España 2023

Impulsa:

**shoes<sup>TM</sup>  
from  
spain**

Federación  
de Industrias  
del Calzado  
Español

Patrocina:

 **BICOMMERCE**

**LAS  
PRINCIPALES  
MARCAS DE  
MODA DEL  
MUNDO  
CONFÍAN EN  
BIGCOMMERCE**



# DE LA PASARELA AL CARRITO



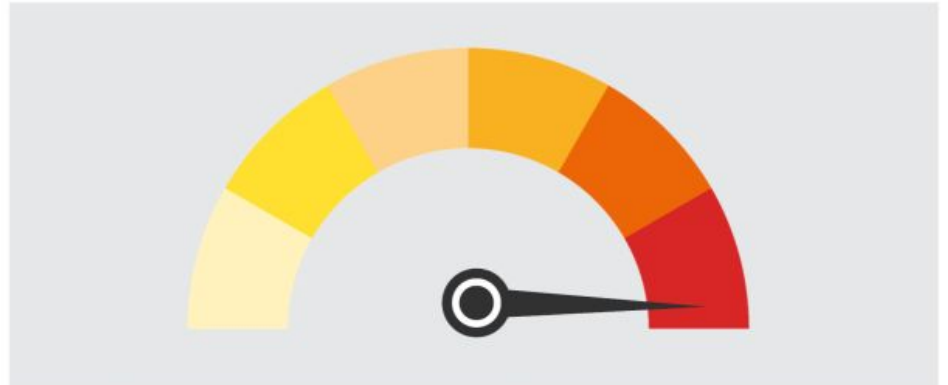
# Sumario

---



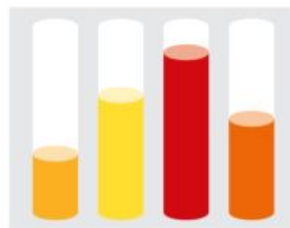
**El calzado, hacia su recuperación global**

Pag. 8



**Una industria con buena salud**

Pag. 16



**Un universo empresarial de cerca de 3.000 actores**

Pag. 18



**Empleo en recuperación en un sector con capital ilícita**

Pag. 24



**Ochenta y tres millones de pares con un valor creciente**

Pag. 30



**Precios al alza, pero lejos del IPC general**

Pag. 38



**La exportación rebasa los 3.000 millones**

Pag. 44



**El consumo, hacia cifras prepandemia**

Pag. 64

# Presentación

---

La industria del calzado es una de las más importantes en España para el sector de la moda. Amplia trayectoria en el mercado, diseño y producción local y construcción de marca con llegada a los mercados internacionales son algunos de los rasgos de las empresas de una industria que emplea a decenas de miles de profesionales y que contribuye como pocos a la dinamización económica de determinadas localizaciones de la geografía española. Además, el sector asiste al constante nacimiento de nuevos operadores empresariales, muchos de ellos con un marcado carácter emprendedor, que aportan un impulso adicional a la reinversión de esta industria.

La Federación de Industrias del Calzado Español (Fice), creada en 1977 y que hoy aglutina a más de 400 empresas, es la organización empresarial que representa los intereses generales del sector del calzado español en los ámbitos nacional, europeo e internacional. Su misión es impulsar la competitividad de las empresas, potenciando sus fortalezas, y favoreciendo un sector de futuro.

El nuevo Informe del calzado en España 2023 supone un paso más para dar respuesta a esta misión. La publicación, realizada a partir de información de gran detalle de una amplia pluralidad de fuentes públicas y privadas, tiene como objetivo ser una herramienta útil para obtener, año a año, un diagnóstico completo de la salud del sector del calzado en España. También pretende ser valiosa para visibilizar la realidad de este negocio dentro y fuera del mismo y, de esta forma, contribuir a ponerlo en valor.

Industria, empresas, empleo, precios, consumo o exportaciones son algunos de los ámbitos temáticos en los que centra la publicación, que hace referencia principalmente al último ejercicio cerrado, 2022, y a los diez años precedentes.

Con una vocación anual, el informe ha sido realizado por Fice con la colaboración del diario de información económica del sector de la moda Modaes, y con el patrocinio de BigCommerce.



**Rosana Perán**  
Presidenta de FICE y vicepresidenta  
del Grupo Pikolinos

Rosana Perán es la presidenta de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) desde desde 2022. La ejecutiva es miembro de la familia fundadora de Pikolinos, una de las mayores compañías del sector en España, y lleva toda su trayectoria vinculada al sector del calzado. Desde julio de 2016, Perán es vicepresidenta de Pikolinos y está al frente de la auditoría interna del grupo.

# Resiliencia y proyección internacional

---

El sector español del calzado reivindica su espacio en la moda española y su peso en el mundo, siendo uno de los principales países en la producción de calzado de calidad. Este informe pone de manifiesto la fortaleza del sector, su reconocimiento internacional, su resiliencia y su capacidad de transformación.

El calzado ha desempeñado un papel crucial en la historia de la humanidad, no sólo como una herramienta práctica sino también como un símbolo cultural, estético y social. En las primeras civilizaciones, el calzado se usaba principalmente para proteger los pies de terrenos difíciles y condiciones climáticas adversas. En muchas culturas, el tipo y la calidad del calzado se convirtieron en indicadores de rango o estatus social. Con el tiempo, el diseño del calzado evolucionó debido a factores como la moda, el comercio y las innovaciones tecnológicas.

En el siglo XVII en adelante, el calzado se convirtió en una parte esencial de la moda y comenzó a ser fabricado con una variedad de materiales y estilos. La revolución industrial en el siglo XIX llevó a la producción en masa de calzado, haciéndolo más accesible para la po-

---

# El calzado español es reconocido a nivel internacional por varios valores distintivos que le confieren una identidad propia, como la calidad o la larga tradición

blación en general. Se introdujeron innovaciones como la máquina de coser y el vulcanizado del caucho, lo que permitió la producción de zapatos más duraderos y asequibles.

El siglo XX vio el auge de los deportes y con él, la necesidad de calzado especializado. Con la globalización y el auge de la cultura *pop*, ciertos estilos y marcas de calzado se convirtieron en iconos culturales. En el siglo XXI, hay un creciente énfasis en la sostenibilidad y la ética en la producción de calzado.

El calzado, en resumen, ha sido una parte integral de la historia humana, reflejando cambios en la tecnología, la cultura, la economía y la sociedad. Desde simples sandalias hasta zapatillas tecnológicamente avanzadas, el calzado cuenta la historia de nuestra evolución, innovación y valores cambiantes.

El calzado español es reconocido a nivel internacional por varios valores característicos que le confieren una identidad propia. Uno de los sellos distintivos del calzado español es su alta calidad, tanto en materiales como en acabados. España tiene una larga historia en la fabricación de calzado. Esta tradición se refleja en la habilidad y experiencia de los artesanos y productores.

La creatividad y la innovación en el diseño son esenciales. La adaptación a las nuevas tecnologías y la búsqueda de nuevos materiales y técnicas de producción son constantes en el sector del calzado español. Aparte de la estética, el calzado español es conocido por ser cómodo. La ergonomía y el ajuste al pie son consideraciones esenciales en la fabricación.

Con la creciente conciencia medioambiental, muchas marcas españolas de calzado están incorporando prácticas sostenibles en sus procesos de producción, utilizando materiales ecológicos y reciclados, ecodiseño y minimizando el impacto ambiental.

La industria del calzado en España ofrece una amplia gama de estilos, desde el más *casual* hasta el más formal, adaptándose a diferentes gustos y necesidades del mercado.

A lo largo de los años, el calzado español ha ganado prestigio a nivel

mundial, siendo valorado y demandado en numerosos países.

Estos valores, junto con una constante adaptación a las demandas del mercado, han posicionado al calzado español como uno de los referentes en la industria mundial.

El sector del calzado se enfrenta a grandes retos. Por un lado, es necesario transformar nuestros negocios. Las empresas deben realizar grandes cambios para satisfacer las demandas de nuestros clientes, del mercado, los cambios en la distribución y, sobre todo, del consumidor.

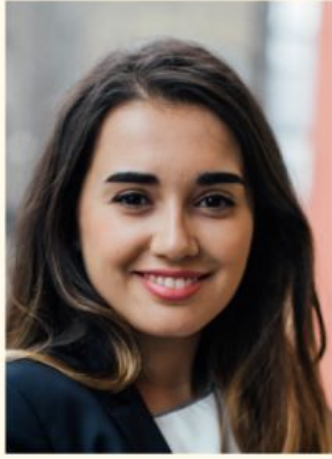
El sector se encuentra inmerso en su transformación digital. Lleva años metido en ella, y sigue dando nuevos pasos para potenciar y fortalecer su competitividad. La incorporación de la inteligencia artificial en sus procesos productivos, el análisis del *big data* para perfeccionar sus estrategias comerciales, la inclusión de nuevas plataformas digitales, como los *showrooms* online, o el uso del metaverso para promocionar sus marcas son sólo algunos de los ejemplos innovadores de cómo este sector está transformándose a través de herramientas digitales.

El momento de relocalización de producción que vive el sector, que ha venido impulsado como consecuencia de la pandemia, ha destapado una necesidad imperante en el calzado: el relevo generacional. Este sector necesita ser capaz de atraer nuevo talento para que su actividad tenga continuidad y pueda incrementar su capacidad productiva.

La búsqueda de la sostenibilidad y el modelo circular definen la agenda reciente y futura de esta industria. Es necesario adaptar las empresas y productos a todo el tsunami de normativas que vienen desde Europa.

De ese compromiso y sensibilidad por ser un sector cada vez más sostenibles, han nacido proyectos como Gerescal, una sociedad constituida por grandes empresas de zapatos que tiene como objetivo evitar que el calzado desecho acabe en vertederos, y que otras empresas puedan dar una segunda vida a sus materias primas.

Esperamos que este informe ayude a poner en valor el sector y que la sociedad conozca mejor la realidad de la industria española del calzado. Y como dijo la actriz norteamericana Better Midler "dame un par de zapatos adecuados y conquistaré el mundo."



## **María Rodríguez** BigCommerce

María Rodríguez es Country Lead de España y Portugal de BigCommerce, compañía especializada en soluciones de comercio electrónico. Licenciada en Administración de Empresas por ICADE, cuenta con una amplia trayectoria en ventas e ecommerce en compañías del sector financiero y tecnológico.

# Calzado en España, en clave ecommerce

El ecommerce ha sido en los últimos años el gran disruptor para el sector de la moda. Una forma de comprar que prácticamente no existía más allá de los viajes se ha convertido en un canal que, en España, vehicula uno de cada cinco euros gastados por los consumidores en moda. Hasta 2019, el crecimiento de las ventas online de prendas, accesorios y calzado había sido rápido y continuado, pero fue la pandemia, en 2020, lo que impulsó el ecommerce hasta cuotas superiores al 20%. En 2021 y 2022, el ecommerce de moda ha seguido creciendo, lógicamente, a una velocidad muy inferior a la de 2020, pero sí demostrando que es ya un factor estructural para entender y operar en el sector de la moda.

El caso es que, si el ecommerce es importante para el sector de la moda en general, lo es todavía más para el negocio del calzado en particular. Así lo han elegido los consumidores, tal y como recoge uno de los capítulos del presente informe. En 2013, las ventas online de calzado en España superaban por poco los 100 millones de euros, en 2019 casi llegaron a los 400 millones y en 2022 batieron la barrera de los 600 millones de euros. Además, su cuota sobre las ventas totales ha

---

**“El actual grado de madurez de la tecnología permite que operar en el canal online no sea un camino tan tortuoso como podía serlo diez años atrás para empresas que no sean nativas digitales”**

sido históricamente más alta que la de la moda en general. En 2018, el ecommerce ya superaba el 10% de las ventas de calzado en España cuando el conjunto del sector de la moda no llegaba aún al 8%. Con los años, la progresión de las ventas online de calzado ha sido superior a la del conjunto del sector de la moda y en 2022 el ecommerce ya copaba el 27,8% de las ventas de calzado (frente al 21,1% en el conjunto de la moda).

Operar en un sector en el que casi tres de cada diez euros se facturan en Internet requiere de las empresas un enorme esfuerzo para hacerlo bien en el canal online. Fácil de decir y difícil de hacer, esto pasa necesariamente por tener un gran conocimiento sobre las reglas propias de este canal de distribución, estar al día de la rápida transformación tecnológica y sus consecuencias y, sobre todo, tener los partners adecuados para obtener ayuda en este camino. Afortunadamente, el actual grado de madurez de la tecnología permite que operar en el canal online no sea un camino tan tortuoso como podía serlo diez años atrás por empresas que no sean nativas digitales. Si está bien acompañada, aspectos como la flexibilidad, la escalabilidad y la velocidad son posibles en la operación online de una marca de calzado, que puede centrarse entonces en hacer bien lo importante: productos excelentes a un precio competitivo y marcas atractivas para los consumidores.

Con tecnología orientada al crecimiento y al rendimiento, las marcas y distribuidores de moda pueden mirar aún más alto. El ecommerce es y será un canal estratégico para el sector del calzado, pero sólo será un motor de desarrollo y de generación de nuevas oportunidades para aquellos que tomen las decisiones acertadas.

Es un placer para BigCommerce participar en la primera edición del Informe del calzado en España de la Federación de Industrias del Calzado en España (Fice) y ayudar de esta forma a crear un contenido de valor para una industria tan potente y dinámica como esta. Estamos enfocados a continuar cerca del sector para navegar las aguas del fecundo comercio electrónico en un futuro que, probablemente, será aún más online.

# El calzado, hacia su recuperación global

---

La industria global del calzado mejora sus magnitudes al calor de un crecimiento en términos de consumo. Tras un 2021 positivo, las magnitudes de producción y exportaciones continuaron ganando terreno en 2022, con Asia como protagonista tanto en fabricación como en consumo. China lidera los rankings más importantes: producción, consumo y exportaciones, mientras que Estados Unidos y los países europeos son los principales importadores.



El negocio mundial del calzado cerró en 2022 un año positivo en un contexto geopolítico desafiante, pero con una economía en recuperación. El Producto Interior Bruto (PIB) mundial se desarrolló un 3,5%, gracias al impulso de las economías emergentes, que crecieron un 4%. Por su parte, las economías avanzadas registraron un alza del 2,7%. El comercio mundial de mercancías también obtuvo un registro positivo en 2022, con un alza en volumen de negocio del 2,7%. El comercio internacional recibió un duro impacto por la pandemia, con una caída del 5,1% en 2020, pero rebotó con fuerza en 2021,

con un alza del 9,4%, según datos de la Organización Mundial del Comercio (OMC). La entidad pronostica que el ritmo de expansión del comercio en 2023 "será bajo, lastrado por la actual guerra en Ucrania, una inflación persistentemente elevada, el endurecimiento de la política monetaria y la incertidumbre financiera". En particular, los economistas de la OMC señalan que el comercio mundial de bienes se frenará, hasta un crecimiento del 1,7% en 2023, pero que volverá a acelerarse en el ejercicio siguiente, con un aumento del 3,2%.

## La producción mundial de calzado escaló un 7,7% en el ejercicio 2022 respecto al año precedente, hasta 23.900 millones de pares

La industria global del calzado recupera sus grandes magnitudes. Según datos de Euromonitor, las ventas detallistas de calzado en todo el mundo alcanzaron en 2021 un valor de 320.400 millones de euros, lo que representa un alza del 16,2% en relación al ejercicio precedente. En 2022, el sector se mantuvo al alza, aunque con un impulso menor, del 6,6%, hasta 342.100 millones de euros.

En 2022, la producción mundial de calzado aumentó un 7,7%, hasta 23.900 millones de pares, acercándose aún más al volumen que dejó antes de la pandemia, cuando en todo el mundo se llegaron a fabricar 24.300 millones de pares. En 2020, coincidiendo con el estallido global de la pandemia, la producción mundial descendió un 15,6%, y empezó a recuperarse en 2021, con un alza del 8,3%, según datos de *World Footwear Yearbook*, elaborado por Portuguese Shoes.

Las disrupciones asociadas a la pandemia y las tensiones y conflictos geopolíticos de los últimos años no han generado, no obstante, grandes cambios en un sector que mantiene prácticamente inalterados los mismos protagonistas desde hace al menos una década. China, por encima del resto, India, Vietnam, Indonesia y Brasil son los cinco principales productores de calzado del mundo, lo mismo que ocurría hace diez años. El único cambio es que Brasil ha pasado de la tercera a la quinta posición entre los principales países productores, llevando a Vietnam e Indonesia a ganar una posición. No sólo eso, si no que repiten en el *top 10* de la producción mundial (sólo cambian de posición dos de ellos) Turquía, Pakistán, Bangladesh y México.

Lo mismo ocurrió de 2021 a 2022: nueve de los diez principales países productores mantuvieron su posición en el ránking mundial de *players* del sector y la única diferencia se dio en la décima plaza, en la que Camboya desplazó a Filipinas.

### China, menos dominante

Ante esta aparente paralización del tiempo en el mapa global del sector del calzado, ¿qué es lo que sí a cambiado? El principal movimiento es la progresiva cesión del dominio de China hacia otros grandes productores. El gigante asiático ha reducido un 8,1% desde 2013 su volumen de producción de calzado, hasta 13.047 millones de pares, y ha pasado de concentrar el 62,8% de la producción global a sólo el 54,6%. Aunque la posición es todavía muy destacada, el paso atrás de China como fábrica de calzado del mundo ha permitido que ganen cuota tres de los cinco grandes: India, Vietnam e Indonesia.

En el caso de India, el país ha elevado su producción en más de 500 millones de pares en diez años, hasta 2.600 millones, y su cuota sobre el calzado producido en todo el mundo ha ascendido del 9,1% en 2013 al 10,9% en 2022. El salto de Vietnam ha sido aún mayor: la producción del país ha pasado de 770 millones a 1.500 millones de pares, y la cuota sobre el total, del 3,4% al 6,3%. Indonesia (el único que flaqueó en 2022 en comparación con el año anterior) ha elevado su producción un 46,6% desde 2013, hasta 1.026 millones de pares. La cuota indonesia sobre la producción global de calzado pasó del 3,1% de 2013 al 4,3% en 2022.

# 6,6%

Según Euromonitor, las ventas minoristas de calzado llegaron a 342.100 millones de euros en 2022, un 6,6% más que en el ejercicio anterior.

## Brasil es la única gran potencia del sector que pierde peso: pasa de la tercera a la quinta posición entre los países que más calzado fabrican

### Pierden Brasil y México

China no es el único polo productivo del sector del calzado a escala global que ha perdido protagonismo en la última década. De hecho, son dos países latinoamericanos, México y Brasil, los únicos junto con el gigante asiático que han reducido su volumen de producción.

En el caso de Brasil, la producción ha pasado de 900 millones a 849 millones de unidades de 2013 a 2022, mientras que México produjo en el último año 205 millones de pares, un 16,3% menos que en 2013. El peso productivo de Brasil ha pasado a causa de esta caída del 4% al 3,6%, y el de México, del 1,1% al 0,9%.

### Podio de exportadores

Si la producción de calzado se elevó un 7,7%

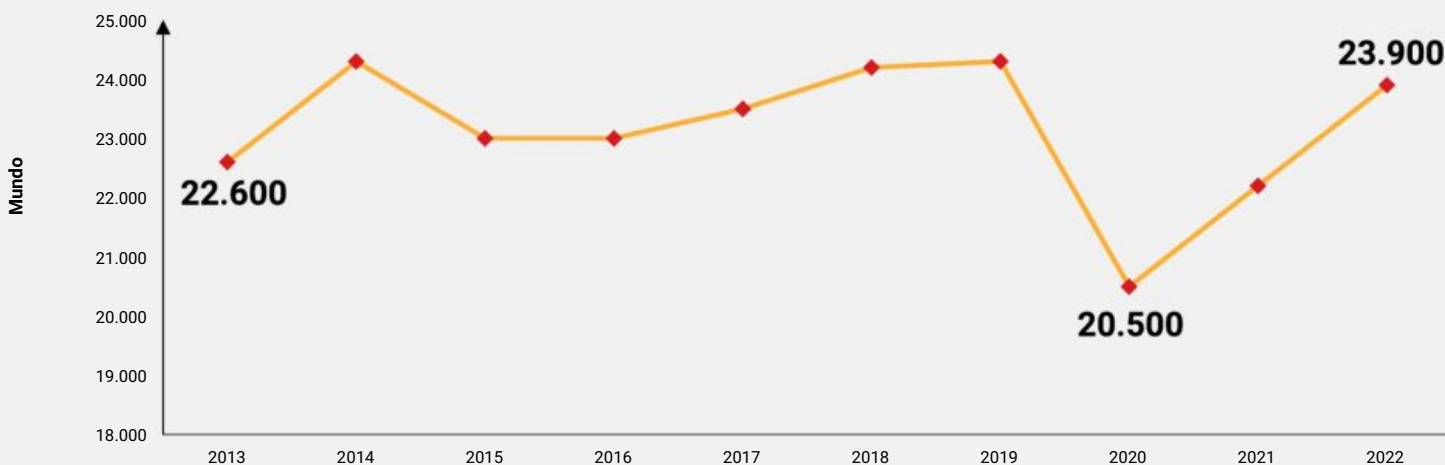
en 2022, las exportaciones globales lo hicieron con más intensidad. Según *World Footwear Yearbook*, las exportaciones alcanzaron los 15.200 millones de pares, un 9% más que en 2021, y la proporción de la producción destinada a la exportación alcanzó un nuevo máximo en ocho años, hasta el 62,8%.

Asia, que copa el 87,4% de la producción mundial de pares, también es dominante en las exportaciones, aunque con un protagonismo menos elevado: los países asiáticos concentraron en 2022 el 83,9% de las ventas al exterior, frente al 85,3% que copaban en 2013.

Europa tiene en las exportaciones un papel más importante: en 2022 concentró el 13,2% de las exportaciones globales de calzado (frente al 11,4% que alcanzaba en 2013) y sitúa a cuatro países entre los diez más exportadores de calzado del mundo. En este

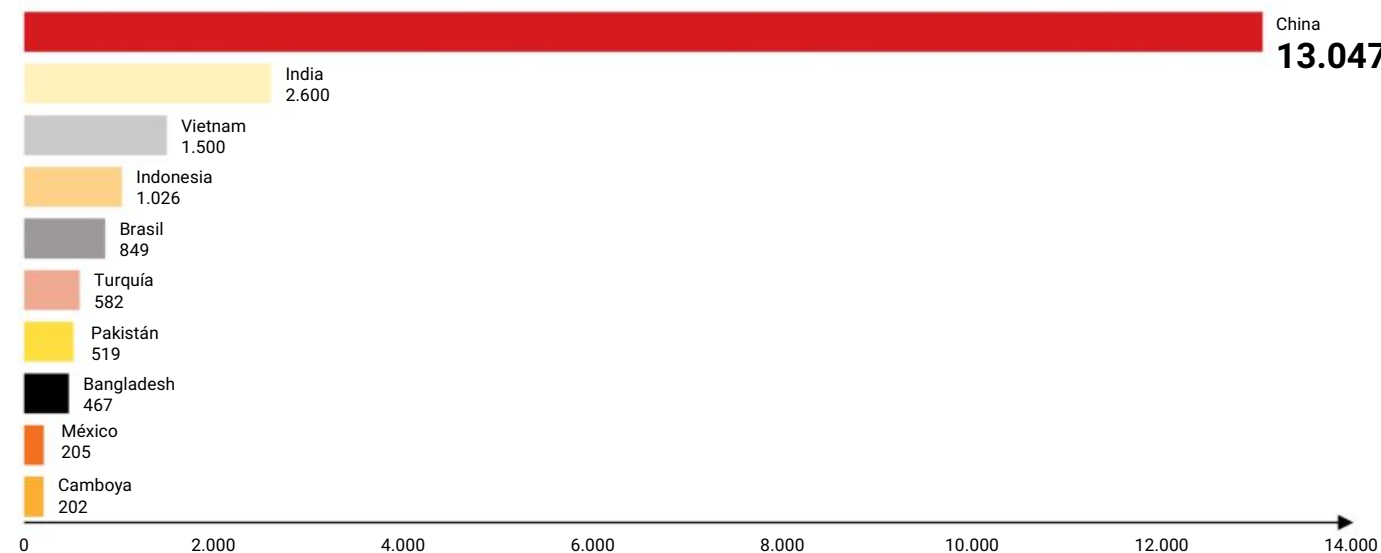
### Producción mundial de calzado

En millones de pares



### Principales países productores de calzado en 2022

En millones de pares



Fuente: World Footwear Yearbook

ránking desaparecen, en cambio, los países latinoamericanos (como Brasil y México) que sí figuran entre los principales productores del mundo.

De nuevo, China domina el mercado mundial de las exportaciones de calzado como líder indiscutible de las ventas del sector al exterior. El país es origen del 61,3% de las exportaciones mundiales en número de pares, con 9.308 millones de unidades en 2022. La subida respecto al año anterior fue del 18%, aunque en relación a 2013 la evolución es negativa. Entonces, el país exportaba 10.577 millones de pares, con una cuota sobre el total del 73,4%.

De 2013 a 2022, la caída de las exportaciones chinas es del 12%, superior al descenso de la producción, debido a un mayor empuje de la fabricación dedicada a atender la demanda local.

Tras China, Vietnam se sitúa como el segundo mayor exportador mundial de calzado. El tercer país que más calzado produce colocó 1.505 millones de pares de calzado en los mercados internacionales en 2022, lo que supone un incremento del 16,3% en comparación con el año anterior y más del doble que hace diez años, con una subida del 131,5% en comparación con 2013.

El bronce entre los exportadores mundiales de calzado es para Indonesia. El país del sudeste asiático exportó 535 millones de pares en 2022, el triple que en 2013 y un 25,3% más que en 2021.

#### Empate de Turquía y Alemania

Turquía, sexto mayor productor global de calzado en volumen, empató en 2022 con Ale-

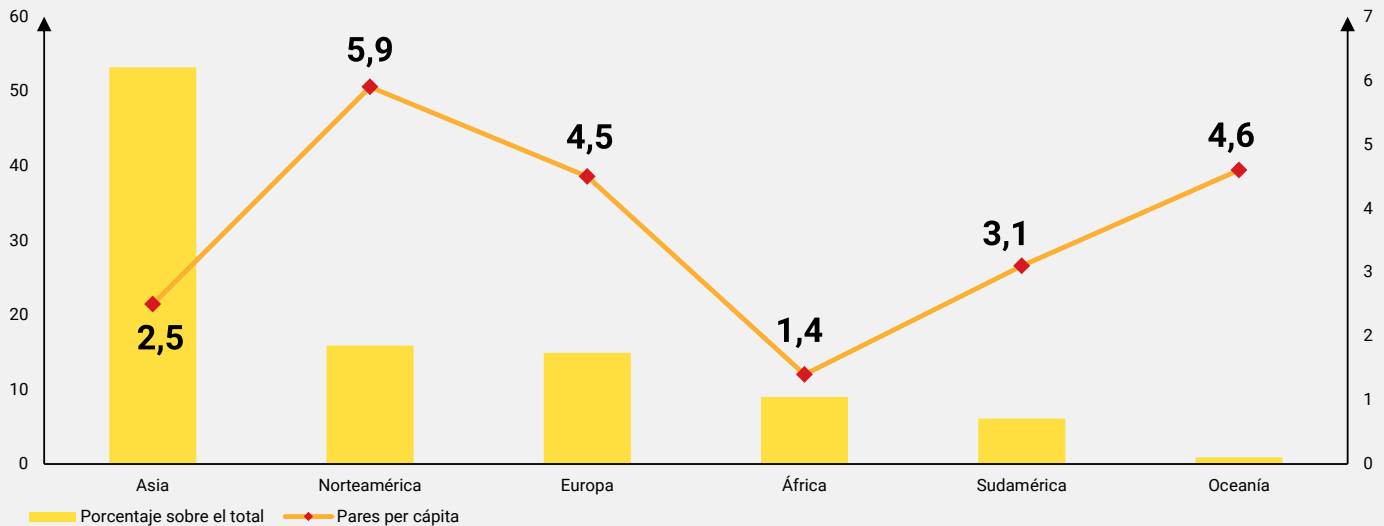
mania en volumen de las exportaciones. El país euroasiático vendió 378 millones de pares al exterior, un 8,3% más que en el ejercicio precedente. Turquía, que ha pasado de ser el séptimo productor mundial a situarse como el sexto en los últimos diez años, sólo ocupaba la novena posición entre los mayores exportadores en 2013. Desde entonces, las exportaciones turcas de calzado acumulan un crecimiento del 127,7%.

Alemania, primer país no asiático del ránking de exportadores, también alcanzó unas ventas al exterior de 378 millones de pares en 2022, un 16,3% más que en 2021 y un 102,1% más que en 2013, cuando era el sexto mayor exportador mundial de calzado.

India, Bélgica, Italia, Países Bajos y Camboya completan el top 10 de las exportaciones de calzado en el mundo. En el caso de

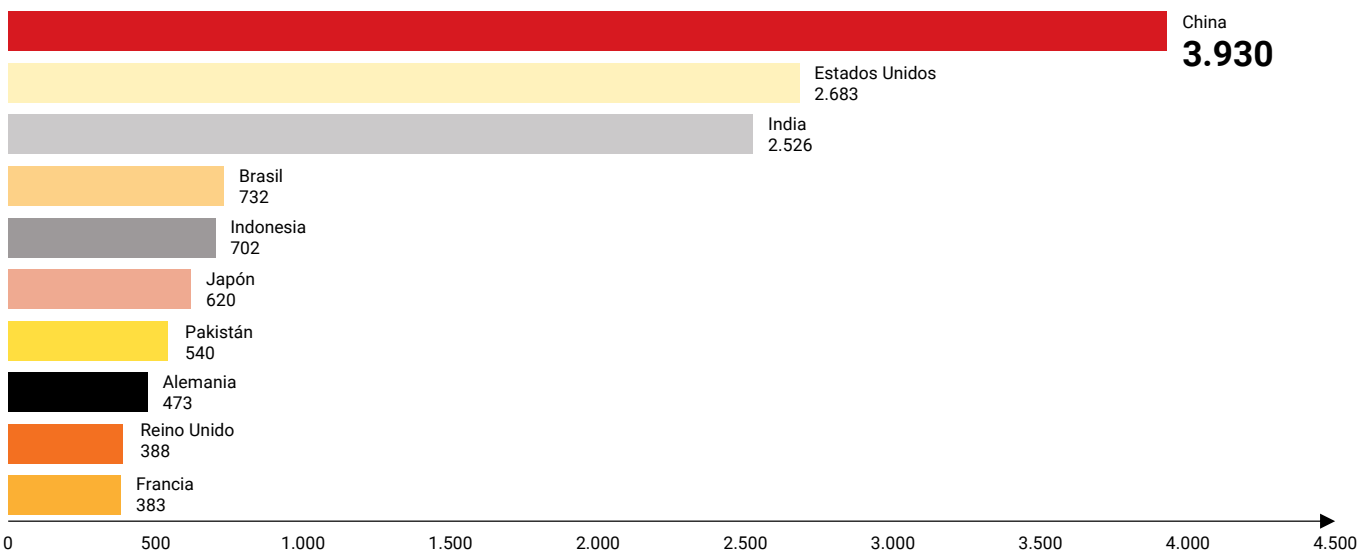
#### Consumo de calzado, por continentes, en 2022

En porcentaje sobre el total y número de pares por habitante



#### Principales países consumidores de calzado en 2022

En millones de pares



Fuente: World Footwear Yearbook

## En el 'top 10' de países exportadores, Italia es el único que ha recucido sus ventas al exterior desde 2013, hasta 216 millones de pares

India, que se erige como segundo productor mundial en número de pares, las ventas al exterior alcanzaron 285 millones de unidades en 2022, con un alza del 17,3% en comparación con el ejercicio precedente y un incremento acumulado del 647% en los últimos diez años.

El segundo país europeo más exportador, Bélgica, alcanzó en 2022 unas ventas al exterior de 242 millones de pares. La subida es del 12,6% en comparación con el ejercicio precedente y del 23,5% en comparación con 2013.

A Bélgica le sigue Italia, el único en el ranking que vende menos productos al extranjero que hace diez años. El país elevó en 2022 un 6,9% sus exportaciones, hasta 216 millones de pares, pero la cifra se sitúa un 1,8% por debajo de la alcanzada en 2013, cuando vendía 220 millones de pares al extranjero.

Por su parte, Países Bajos registró ventas al exterior de 206 millones de pares en 2022, un 16,4% más que en 2021 y un 32,1% más que en 2013.

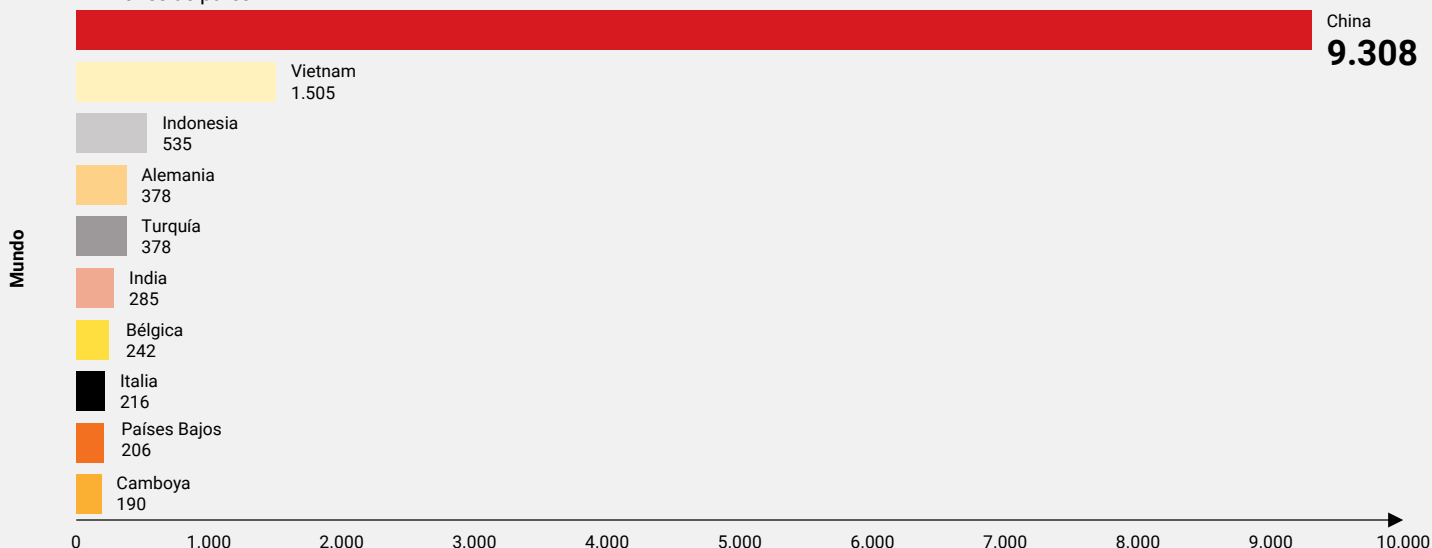
Tal y como ocurre con los mayores países productores, el ranking de exportadores lo cierra Camboya, con ventas al exterior de 190 millones de pares en 2022, un 16,6% más que en el ejercicio precedente.

### Importaciones y consumo: lidera Europa

Si la producción y las exportaciones tienen un claro dominio asiático, y en particular de China, los creadores de demanda son principalmente los países europeos. Aunque Estados Unidos y Japón cuentan con un peso importante en las importaciones, el continente europeo concentró en 2022 el 34,9% de

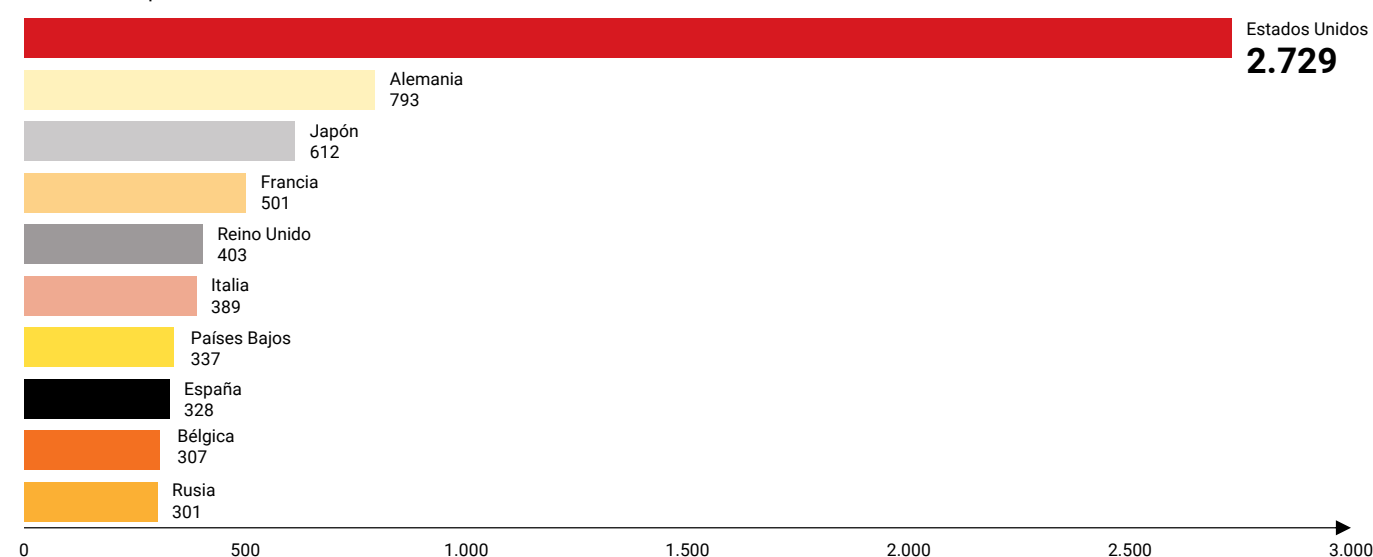
### Principales países exportadores de calzado en 2022

En millones de pares



### Principales países importadores de calzado en 2022

En millones de pares



Fuente: World Footwear Yearbook



las importaciones mundiales de calzado, la misma tasa que diez años atrás.

Europa consume el 14,9% del calzado que se produce en el mundo, con una tasa de 4,5 pares por habitante, la tercera más alta tras la de Norteamérica y Oceanía.

En ese sentido, en el ránking de principales importadores de calzado destaca Alemania, en segunda posición, con compras de 793 millones de pares en 2022. El volumen de calzado importado por el mercado alemán se elevó un 25,7% en comparación con 2021 y el alza acumulada desde 2013 asciende al 39,9%. El país absorbe una parte importante de estas importaciones: el consumo de calzado en Alemania se situó en 2022 en 473 millones de pares, un 31% más que en 2021 y un 16,2% más que en 2013.

Francia, por su parte, ocupa el cuarto lugar entre los principales países importadores de calzado, con 501 millones de pares en 2022, y el décimo en términos de consumo, con 383 millones de pares. En comparación con el año anterior, las importaciones francesas subieron en 2022 un 15,2%, mientras que frente a 2013 la progresión es del 7,7%. En términos de consumo, el mercado francés ha ido a la baja en los últimos diez años, con un descenso del 4,7%. En 2021 Francia se quedó fuera

del ránking de los diez principales mercados de consumo de calzado.

Las importaciones de calzado de Reino Unido se situaron en 2022 en 403 millones de pares, colocando al país como el quinto mayor importador de estos productos. En términos de consumo, el mercado británico ocupa la novena posición, con 388 millones de pares. Reino Unido elevó un 14,2% sus importaciones en el último año, pero ha perdido fuelle en la última década: en 2022 importó un 31,2% menos de pares que en 2013. Por su parte, el consumo también se redujo, un 13,2%, de 2013 a 2022.

El sexto país más importador de calzado en 2022 fue Italia, con compras de 389 millones de pares para un mercado que no está entre los diez principales consumidores del mundo. Las compras de calzado del país se elevaron un 26,3% en comparación con 2021 y un 28,4% en la última década, desde 2013.

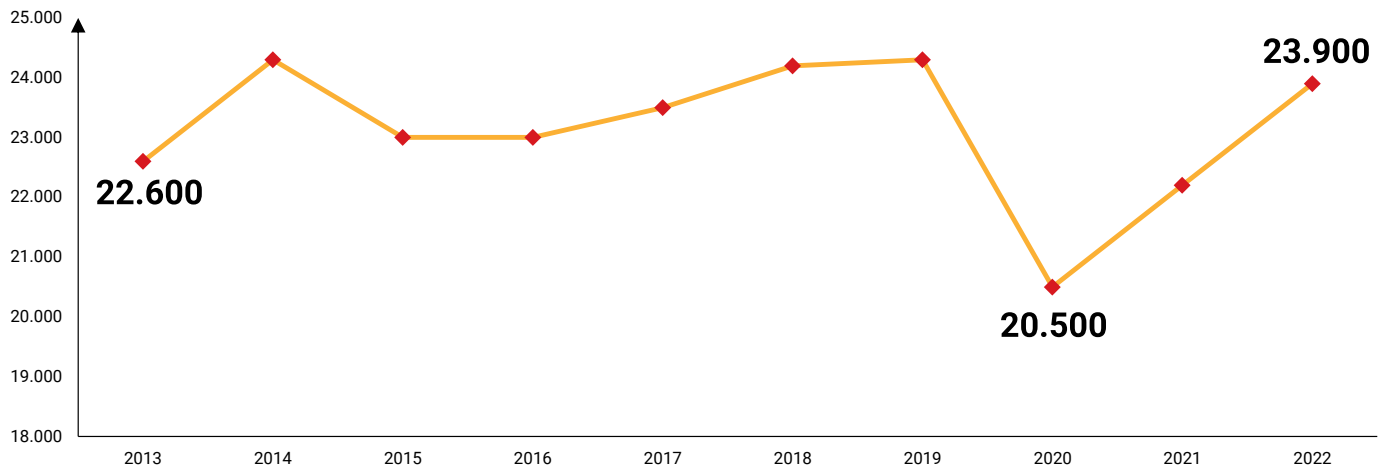
Tras el mercado italiano se sitúa Países Bajos, con 337 millones de pares importados en 2022 y, como Italia, sin figurar entre los diez mayores mercados de consumo. El país destaca por el dinamismo de sus importaciones, con un crecimiento del 37,6% en comparación con 2021 y del 33,2% versus 2013.

España aparece en este ámbito por su relevancia como país importador de calzado, a

**Estados Unidos es el país con mayor peso en el mercado de calzado apoyado en un consumo per cápita de 5,9 unidades por año**

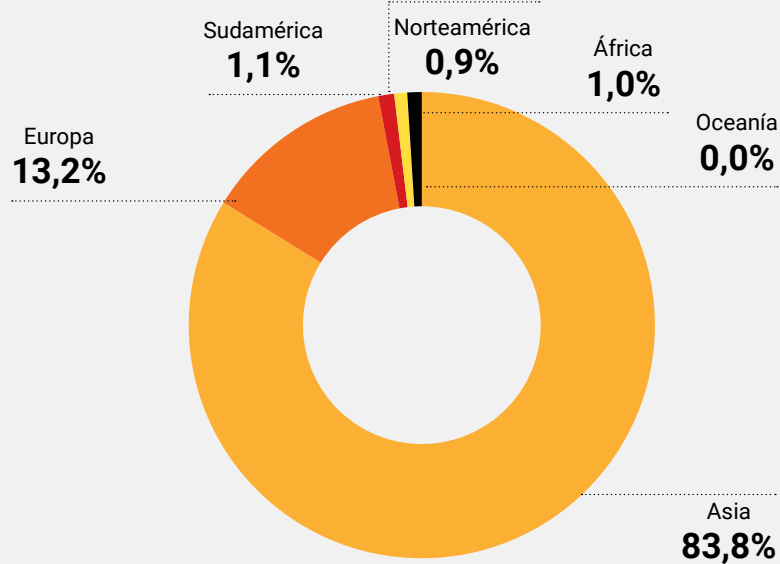
### Producción mundial de calzado

En millones de pares



### Exportaciones de calzado por continentes en 2022

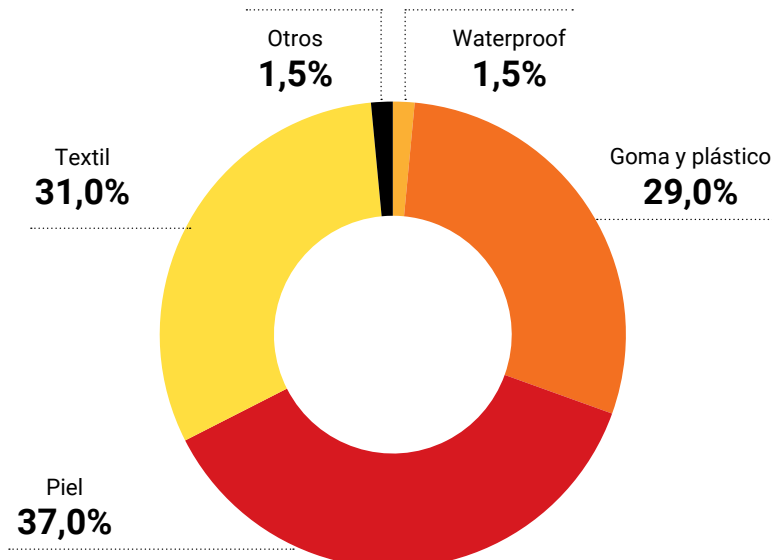
En porcentaje sobre el total



Mundo

### Exportaciones de calzado por tipo en 2022

En porcentaje sobre el total



pesar de que no está entre los diez principales consumidores del mundo. Las importaciones del país en 2022 alcanzaron los 328 millones de pares, sólo un millón más que en 2013, pero con una progresión del 24,7% en comparación con 2021.

Bélgica (307 millones de pares importados en 2022) y Rusia (301 millones de pares) cierran el ránking de países más importadores. Ninguno de los dos está entre los grandse consumidores de calzado.

### **América del Norte, más consumo per cápita**

Con Estados Unidos a la cabeza, América del Norte es la segunda potencia más importante para el consumo de calzado y la tercera para las importaciones. La región copó en 2022 el 24,7% de las importaciones globales de calzado (frente al 26,7% de Asia) y el 15,9% del consumo. Una de las claves de ello es el elevado consumo per cápita, de 5,9 pares por año (el ratio más alto).

Estados Unidos lidera el ránking de importadores, con 2.729 millones de pares en 2022, con un alza anual del 12,2% y un incremento del 16,7% en comparación con 2013. En términos de consumo, el país es el segundo tras China, con 2.683 millones de unidades en 2022, un 12,7% más que en 2021 y un 17,4% por encima de 2013.

Si Norteamérica lidera el consumo per cápita, el que demanda un mayor número de unidades es Asia. La región concentró en 2022 el 53,2% del consumo mundial de calzado a pesar de tener el segundo ratio más bajo en consumo por habitante, con 2,5 pares por año. En términos de importaciones, Asia ocupa la segunda posición en el ránking, con el 26,7% del total en 2022.

En términos de demanda, Japón ocupa un lugar destacado en Asia: en 2022 fue el tercer principal destino de las importaciones mundiales de calzado, con 612 millones de pares. En comparación con el año precedente, las importaciones de calzado de Japón aumentaron un 12,3%, mientras que frente a 2013 la subida es más moderada, del 2,2%. Asimismo, el consumo de calzado en Japón es el sexto más alto del mundo, con 620 millones de pares e 2022.

India, con 2.526 millones de pares; Brasil, con 732 millones de pares, e Indonesia, con 702 millones de pares consumidos en 2022, se sitúan por detrás de China y Estados Unidos y por delante de Japón en consumo de calzado.

África es hoy un continente poco relevante para el sector, pero tal y como destaca *World Footwear Yearbook*, en 2022 ha crecido a doble dígito en producción, y se mantiene al alza en consumo y exportaciones. En 2022 copó el 3,7% de la producción mundial, el 9% del consumo y el 1% de las exportaciones de calzado en número de unidades.



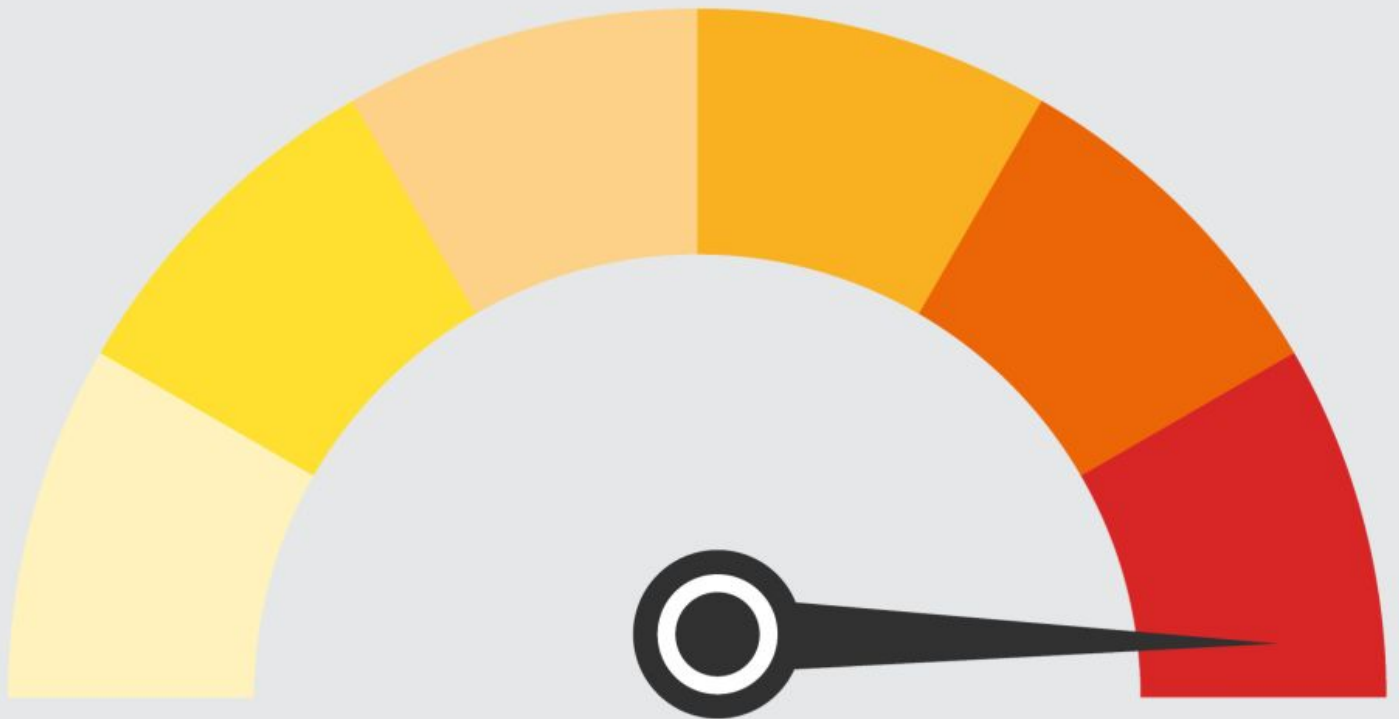
### **Los productos que más se exportan**

Calzado de piel, de textil y de goma son las tres categorías que copan actualmente el 97% de las exportaciones mundiales de calzado. El calzado de piel llega a cerca del 37% de las ventas de los productores a otros países, seguido por el calzado textil, con una cuota del 31% de las exportaciones del sector, y el calzado de goma o plástico, con un 29% de las exportaciones globales de estos productos.

# Una industria con buena salud

La industria española del calzado juega en un contexto internacional hipercompetitivo, pero lo hace apoyado en fortalezas históricas y con un empresariado caracterizado por un gran dinamismo. Menos empresas, pero más empleo y más diverso son las realidades del sector tras el impacto de la pandemia en España, así como un incremento del valor medio de los artículos producidos.

Industria



La industria española vivió en 2022 un año de clara recuperación, con subidas a doble dígito en los principales indicadores de actividad y cifra de negocio. El Índice General de Cifra de Negocios Empresarial apunta a un alza media en 2022 del 21,4% para las industrias extractivas y manufactureras, un desempeño mejor que el que registró, por ejemplo, el comercio (creció un 20,1%) o los servicios no financieros de mercado (con un alza del 20,8%). Por su parte, el Índice de Cifra de Negocios de la industria muestra que lideró el crecimiento el sector de la energía, con un aumento en la facturación del 80%

en un contexto marcado por la subida de precios energéticos. El sector de fabricación de bienes de consumo registró un crecimiento del 17,7%, frente a un 11,4% que escaló la facturación de los fabricantes de bienes intermedios y el 11,4% de los de bienes de equipo. En términos de producción, la nota para la industria española en 2022 también fue buena: el Índice de Producción Industrial (IPI) subió un 2,9%, a pesar de que los bienes intermedios flaquearan. La producción de bienes de consumo, donde se inscribe el calzado, subió un 4,1%.

## El sector del calzado en España ha reducido aún más el número de empresas, pero ha empezado la recuperación del empleo y, sobre todo, del valor

En un mercado global dominado por grandes potencias, España pugna por consolidar su lugar como país productor de calzado, líder junto a Italia en calzado de calidad en la Unión Europea. Lo hace con magnitudes modestas en comparación con los gigantes productores, pero con un valor medio por encima de la media global. La tradición zapatera y en la producción y el tratamiento del cuero, así como una clara apuesta por la construcción de marca, hacen de España un país relevante, con un sector consolidado y a la vez dinámico en términos empresariales.

Las magnitudes macroeconómicas muestran que la industria del calzado se ajusta en términos empresariales, con un descenso paulatino de las compañías activas que empezó en 2018 y que a 1 de enero de 2022 deja un universo de 2.975 sociedades. Ahora bien, un notorio dinamismo emprendedor y el afán de crecimiento de muchas de estas empresas hace que, al mismo tiempo que se reduce el número total, se aprecian ciertos signos positivos en el panorama de compañías, con más empresas de mayor tamaño.

### Menos empresas, pero más empleo

A la vez, el sector encadena en 2022 su segundo año con un claro crecimiento en el número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social. Con más de 41.000 trabajadores, incluyendo el cuero (frente a los menos de 35.000 que dejó la pandemia en 2020), el calzado en España es hoy un sector más diverso, con una mayor proporción de mujeres, y con una tasa de autónomos que va a la baja. Además, hace frente a unos cos-

tes laborales que suben a través de una mejora de la productividad y, sobre todo, del valor medio de los productos que fabrica.

En empleo estimado, la ocupación del sector alcanza magnitudes aún mayores. Según la Encuesta de Población Activa, la ocupación llegó en 2022 a una media de 56.300 trabajadores, lo que supone el valor más alto desde 2018.

### Producción en recuperación

En términos de producción, el calzado también ha enfilado la recuperación en 2021 y 2022, pero no sólo basándose en fabricar más pares, si no sobre todo en aumentar el valor de lo producido.

En concreto, el sector produjo en 2022 un total de 82,9 millones de pares (antes de la pandemia rozaba los 95 millones), pero su valor se acerca mucho más: 1.836 millones de euros, frente a los 1.946 millones de euros de 2009.

Esto ha sido gracias al incremento en el valor medio del par producido en el país: si en 2013 se situaba en 18 euros por par y en 2018 había alcanzado el mayor máximo histórico, hasta 21,11 euros la unidad, la pandemia había reducido este ratio a 19,48 euros por par en 2020. En 2022, al calzado producido en España ha recuperado valor con un nuevo importe máximo, situado en 22,13 euros.

Asimismo, los índices de producción industrial y facturación muestran cómo el golpe de la pandemia fue mayor que en el resto de sectores y la recuperación, algo más lenta, pero con magnitudes igualmente sin precedentes en la industria del calzado.

# 22€

El valor más importante para comprender la salud del sector es el valor medio por par, que ha pasado de 18 euros en 2013 a 22,13 euros en 2022.

# Un universo empresarial de cerca de 3.000 actores

La industria del calzado en España ha ido perdiendo progresivamente operadores activos durante los últimos años. Esta realidad se da de forma muy clara con la evolución del número de empresas, que ha pasado de acercarse a las 3.600 sociedades una vez cerrada la crisis financiera internacional de 2008, o Gran Recesión, a quedarse por debajo de las 3.000 compañías activas tras el impacto del Covid-19.

Según datos del Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE), a 1 de enero de 2022 el sector del calzado sumaba en España 2.975 sociedades activas, el valor mínimo desde el inicio de la serie estadística, en 2008, cuando el sector superó por última vez las 4.000 empresas en España.

El dato de 2022 apunta asimismo a la cuarta caída consecutiva desde 2018, cuando en el arranque del ejercicio el número de

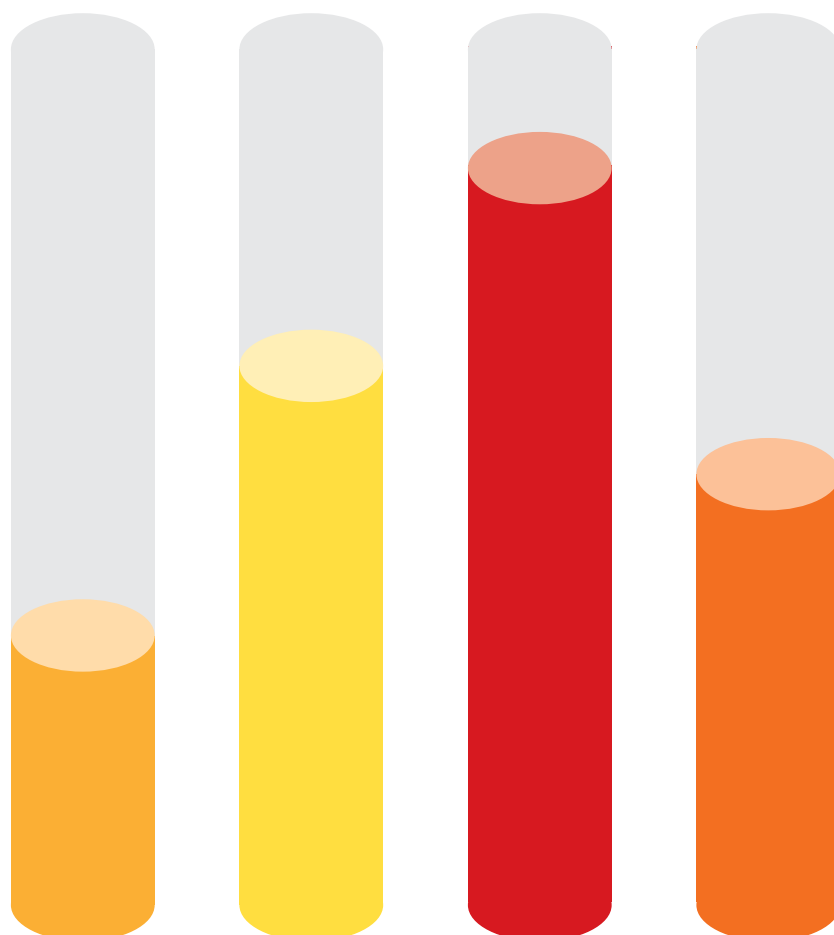
empresas de calzado había registrado una subida del 0,5% respecto a un año antes.

En comparación con 2021, a 1 de enero de 2022 el sector había perdido un 2,2% de sus actores empresariales, con 67 sociedades menos. No obstante, el descenso fue inferior al registrado en los años precedentes.

En el ejercicio del estallido de la pandemia del Covid-19, en España la crisis borró 238 sociedades dedicadas a la fabricación

## De uno a cuatro grandes

De las cerca de 3.000 empresas de calzado activas en España, sólo cuatro entran en la categoría de grandes empresas, aunque en 2013 sólo una superaba los 200 trabajadores. Las cuatro grandes son sociedades limitadas y están repartidas en tres comunidades autónomas: dos están basadas en la Comunidad Valenciana, una en La Rioja y otra en Castilla-La Mancha.



de calzado, después de que en el año precedente se perdieran 156 compañías y de que a 1 de enero de 2019 se contabilizaran 94 menos que en el arranque de 2018.

#### Más grandes empresas

El número de empresas es, no obstante, sólo uno de los indicadores sobre la salud y el dinamismo de un sector económico. Otro aspecto clave es el tamaño de estas empresas, atendiendo a aspectos como el número de trabajadores.

A 1 de enero de 2022, el sector del calzado en España contaba con un total de 2.975 empresas, pero 1.066 de estas, el 35,8% del total, no tenían ningún asalariado asociado.

Del resto, como ocurre en la mayoría de sectores económicos, el número de sociedades es inversamente proporcional a su tamaño. En concreto, 563 de las sociedades activas a 1 de enero de 2022 tenían entre uno y dos asalariados, por 357 compañías en una horquilla de tres a cinco trabajadores y otras 282 con entre seis y nueve empleados. En total, las empresas con entre uno y nueve trabajadores asalariados representan el 40,4% del total.

De esta forma, tres cuartas partes de las empresas de la industria del calzado en España, en concreto el 76,2%, tienen menos de diez asalariados, entrando en la categoría de microempresas según la definición aprobada por la Comisión Europea. En 2013, este

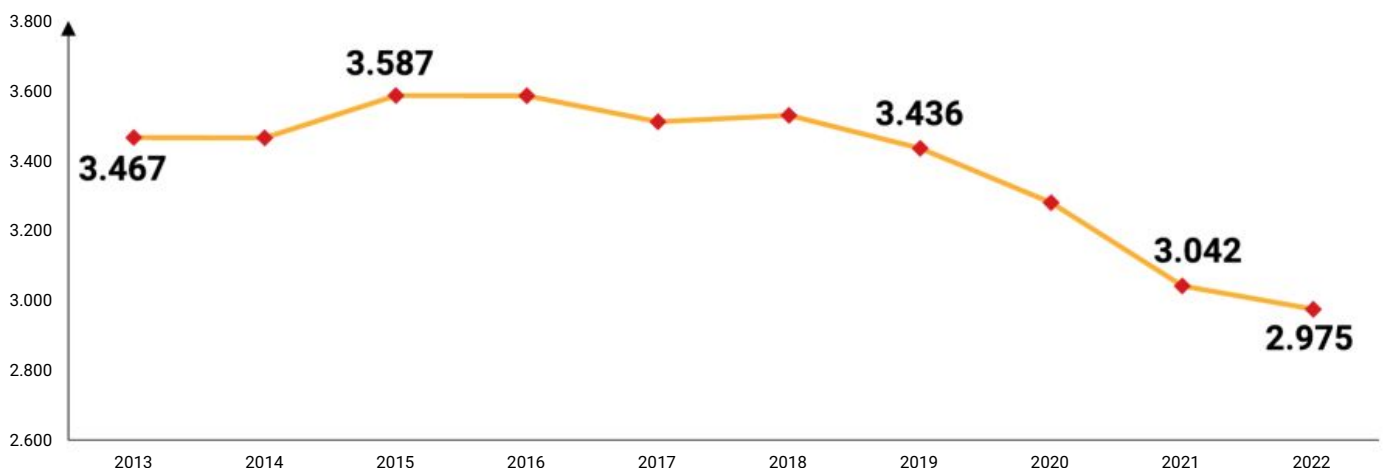
grupo llegaba al 78,7% del total y superó el 80% en 2010 y 2011.

En sentido contrario, el número de empresas medianas ha ido en aumento: en el arranque de 2022, el INE registró 637 compañías de entre diez y 49 trabajadores asalariados, el 21,4% del total. Sólo en el último año se contabilizaron 45 compañías más de este tamaño, y la cifra se acerca a las 686 de diez años atrás, cuando sólo llegaban al 19,8% del total.

Un aspecto clave sobre la evolución del mapa empresarial en la industria del calzado en España en 2022 es la progresión en el número de compañías de mayor tamaño. En este sentido, en 2021 se llegó al mínimo de la última década en número de empresas de

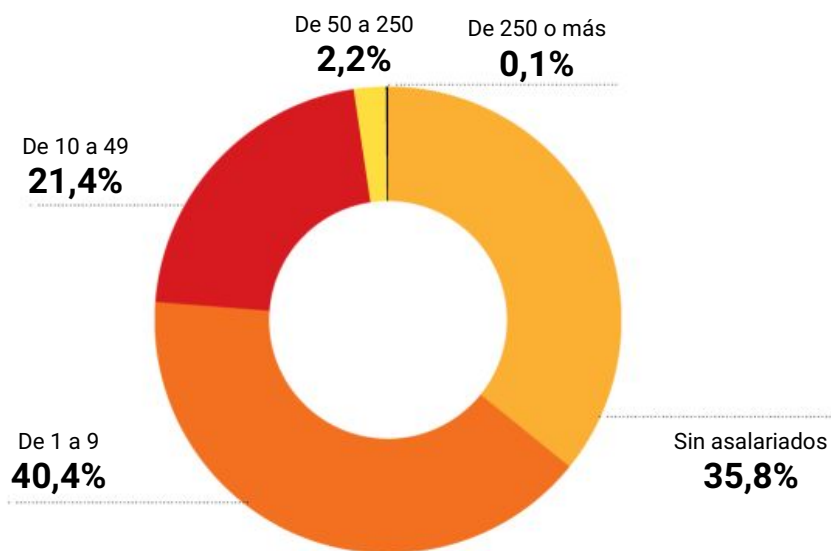
#### Empresas de fabricación de calzado en España

En número de sociedades a 1 de enero de cada año



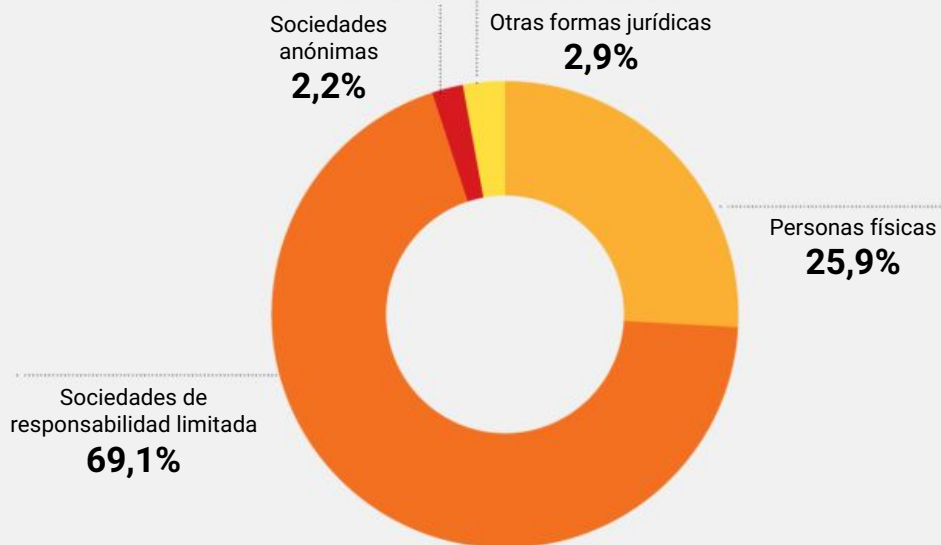
### Empresas de calzado en España por número de trabajadores en 2022

En porcentaje sobre el total



### Empresas de calzado en España por forma jurídica en 2022

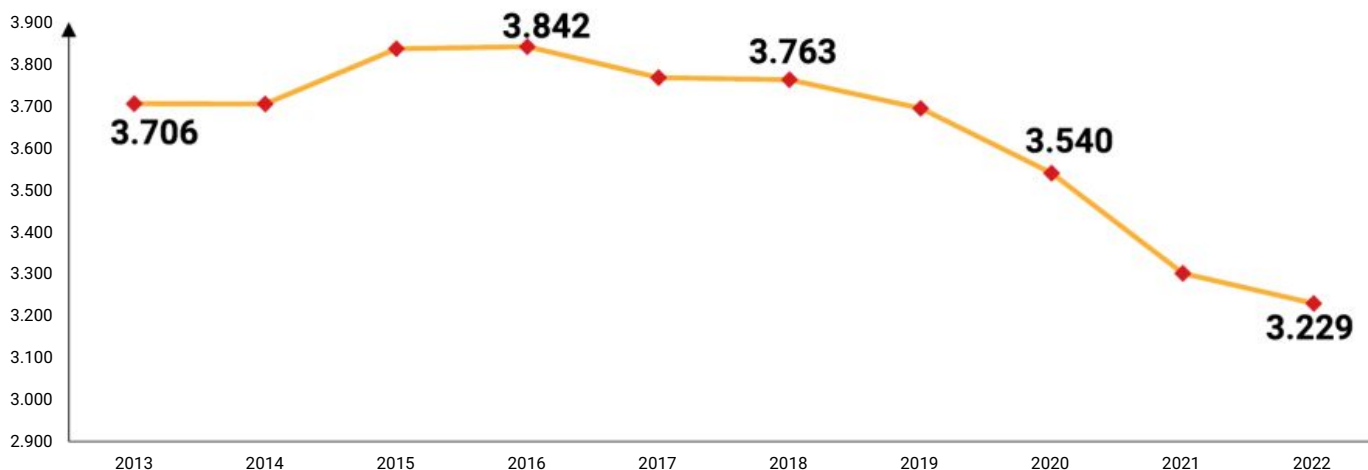
En porcentaje sobre el total



Industria

### Unidades locales de fabricación de calzado en España

En número de locales activos a 1 de enero de cada año



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

cincuenta trabajadores o más, con sólo 61 compañías de estas características (el 2% del total), y la cifra se recuperó hasta las setenta sociedades en el arranque de 2022.

En 2010 sólo se contaban cuarenta sociedades en España dedicadas a la fabricación de calzado y con más de medio centenar de trabajadores, y la cifra alcanzó máximos en 2019, cuando se llegó a las 89 compañías activas.

En la élite de las élites, la industria del calzado en el territorio nacional sólo suma cuatro compañías con más de 200 trabajadores, que representan el 0,13% del total. El número de estas grandes compañías (todas ellas en una horquilla de entre 250 y mil trabajadores asalariados) se mantuvo respecto al año anterior y representa un importante salto adelante en relación a diez ejercicios atrás: en 2013, sólo una compañía del sector superaba los 200 trabajadores asalariados.

### Empresas por forma jurídica

Atendiendo a su forma jurídica, el sector del calzado en España está dominado por las sociedades de responsabilidad limitada: a 1 de enero de 2022, según los últimos datos disponibles, estas compañías representaban el 69,1% del total. En segundo lugar están las personas físicas, con el 25,9% de las empresas activas en el sector, y con mucha menos relevancia las sociedades anónimas, con el 2,2% de las compañías (un total de 64 sociedades).

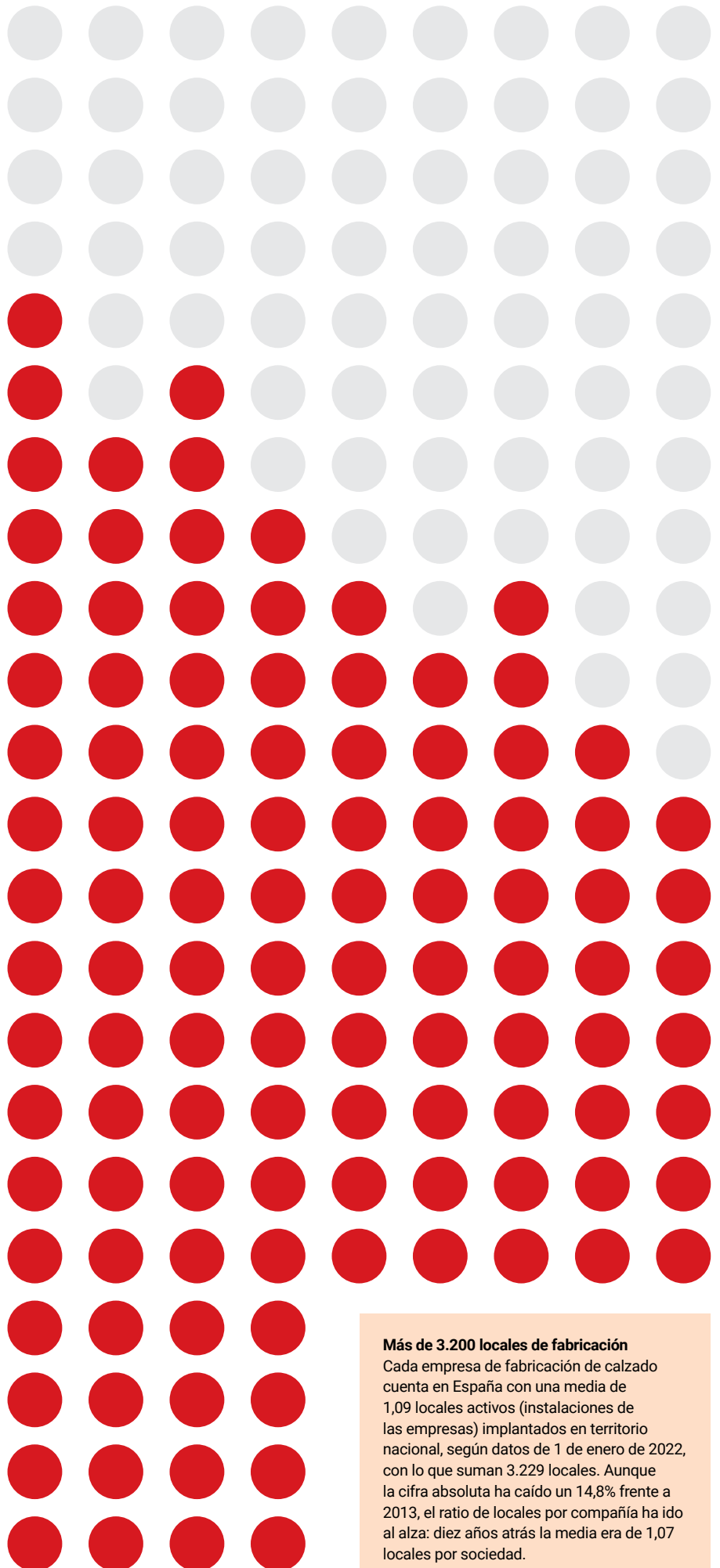
El resto de compañías residentes en España dedicadas a la fabricación de calzado, según apunta el INE, tienen otras formas jurídicas.

### Empresas por comunidades autónoma

La Comunidad Valenciana es, por mucho, la comunidad autónoma más importante para la industria del calzado en España, con 1.948 sociedades activas en la industria del calzado a 1 de enero de 2022, que representan el 65,5% del total.

Fuera de esta comunidad autónoma, solamente Castilla-La Mancha, La Rioja y Murcia superan el centenar de empresas activas de fabricación de calzado. La comunidad castellanomanchega alcanza 290 sociedades, el 9,7% del total; La Rioja, 226 compañías (el 7,6% del total nacional), y Murcia, 143 sociedades (el 4,8% del total). Hasta seis autonomías (Castilla y León, País Vasco, Extremadura, Canarias, Asturias y Cantabria) no alcanzan la decena de sociedades cuya actividad principal es la fabricación de calzado.

No obstante, desde 2013 el número de sociedades activas ha caído por encima de la media en la Comunidad Valenciana, mientras que ha registrado importantes crecimientos en Murcia (con un 27,7% más de sociedades) y Cataluña (con un alza del 88,5%, hasta 49 compañías).



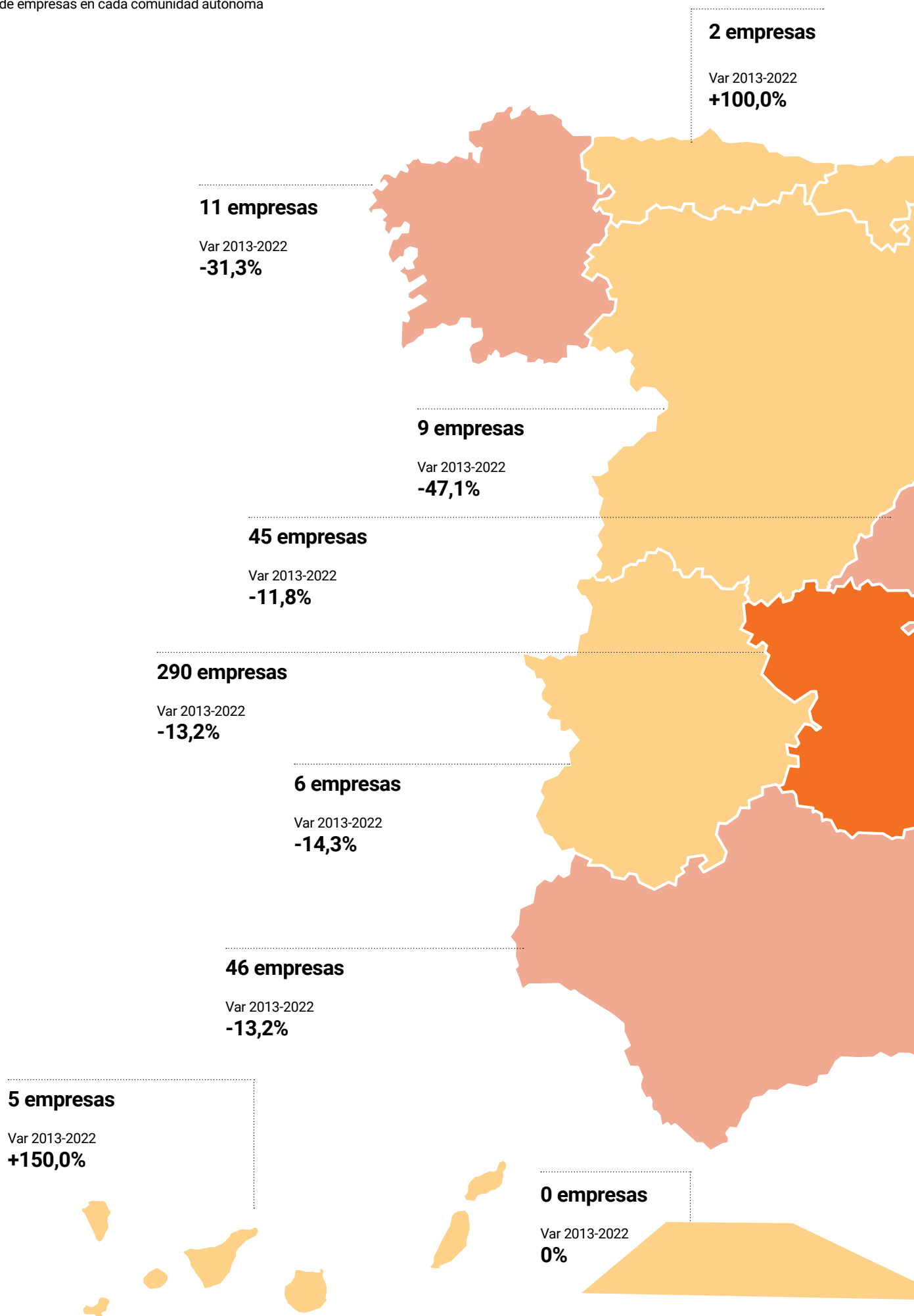
#### Más de 3.200 locales de fabricación

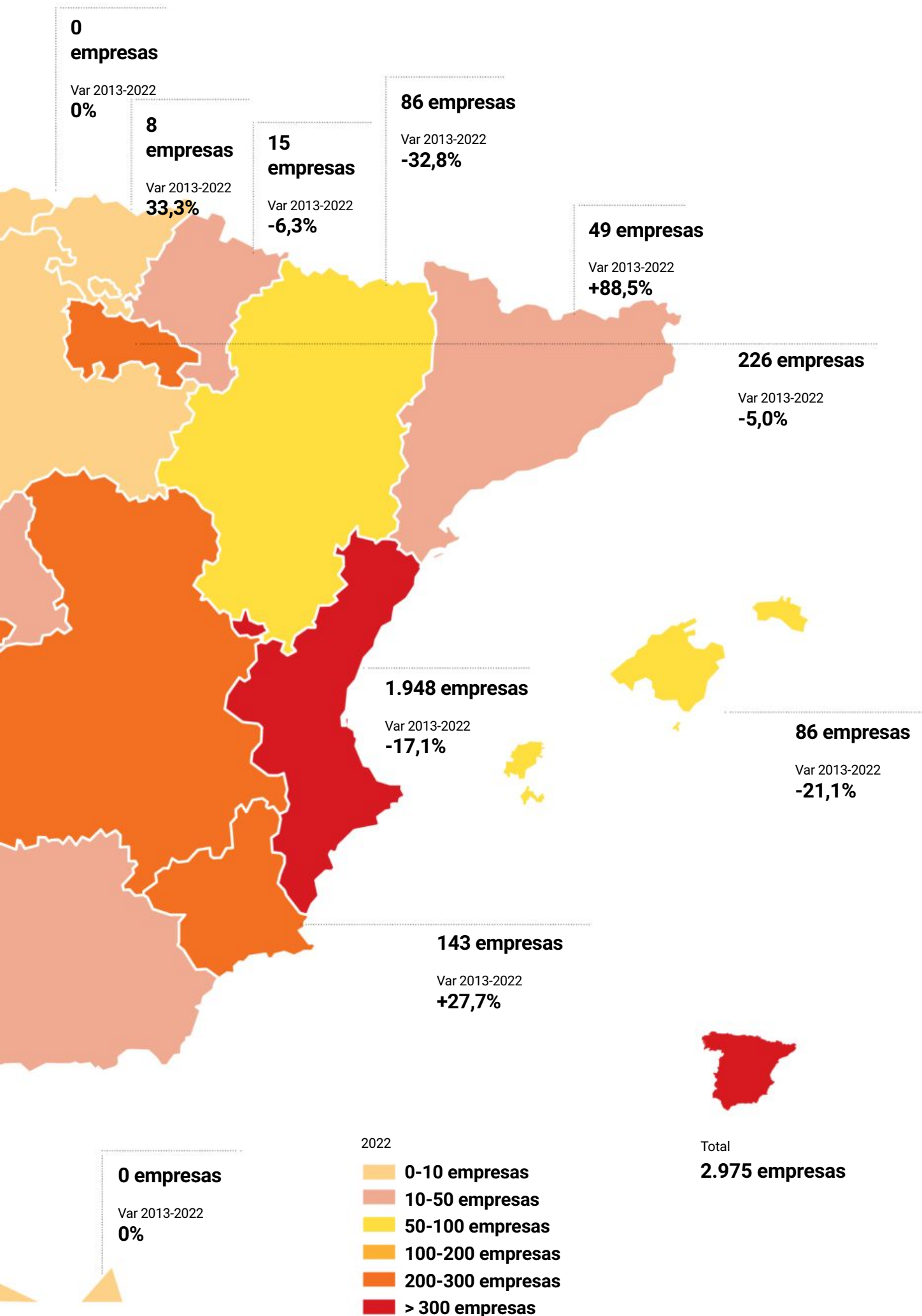
Cada empresa de fabricación de calzado cuenta en España con una media de 1,09 locales activos (instalaciones de las empresas) implantados en territorio nacional, según datos de 1 de enero de 2022, con lo que suman 3.229 locales. Aunque la cifra absoluta ha caído un 14,8% frente a 2013, el ratio de locales por compañía ha ido al alza: diez años atrás la media era de 1,07 locales por sociedad.

## Mapa del sector del calzado en España en 2022

En número de empresas en cada comunidad autónoma

Industria





# Empleo en recuperación en un sector con capital ilicitana

La industria del calzado en España gana fuerza y supera de nuevo la barrera de los 40.000 trabajadores en el país. A cierre de 2022, las empresas de fabricación de cuero y calzado sumaron 41.136 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone un incremento del 4,7% en comparación con el ejercicio anterior y un alza acumulada del 18% en los dos últimos años.

Con esta progresión, el calzado se acerca de nuevo a los valores máximos de la última década (en 2017 se llegó a los 43.836 afiliados) y supera de nuevo las cifras de 2013, cuando se contabilizaban 38.110 trabajadores afiliados a la Seguridad Social.

La gran mayoría de los trabajadores, el 89,2% de los afiliados, figuran en el régimen general (es decir, son trabajadores por cuenta

**El sector del calzado y el cuero volvió a superar en 2022 la barrera de los 40.000 trabajadores afiliados a la Seguridad Social**

Industria

## Menos autónomos

La industria del calzado y el cuero ha experimentado una notable caída en la proporción de autónomos en su fuerza laboral durante los últimos años. En 2022 sólo había en España 4.442 trabajadores afiliados al régimen de autónomos de la Seguridad Social, el 10,8% del total de trabajadores. Sólo el 35,3% de los autónomos del sector son mujeres.



ajena), mientras que el 10,8% restante (un total de 4.442 trabajadores) son autónomos. La proporción de autónomos ha ido cayendo durante los últimos años: en 2009 llegaban a casi el 15% del total de afiliados, en 2013 eran el 12,6% de la fuerza laboral en el sector y en 2021 llegaron al 11,7%.

Otro cambio relevante es el aumento en el número de mujeres trabajadoras en el sector,

que avanza progresivamente hacia la paridad de sexos. A cierre de 2022, las mujeres representaban el 47,2% de la fuerza laboral en la industria del cuero y el calzado, en el que supone el valor máximo desde el inicio de la serie estadística de la Seguridad Social, en 2009. La tasa de mujeres se situó por debajo del 40% hasta 2011 y necesitó hasta 2019 para alcanzar el 45% del total de los puestos de trabajo en el

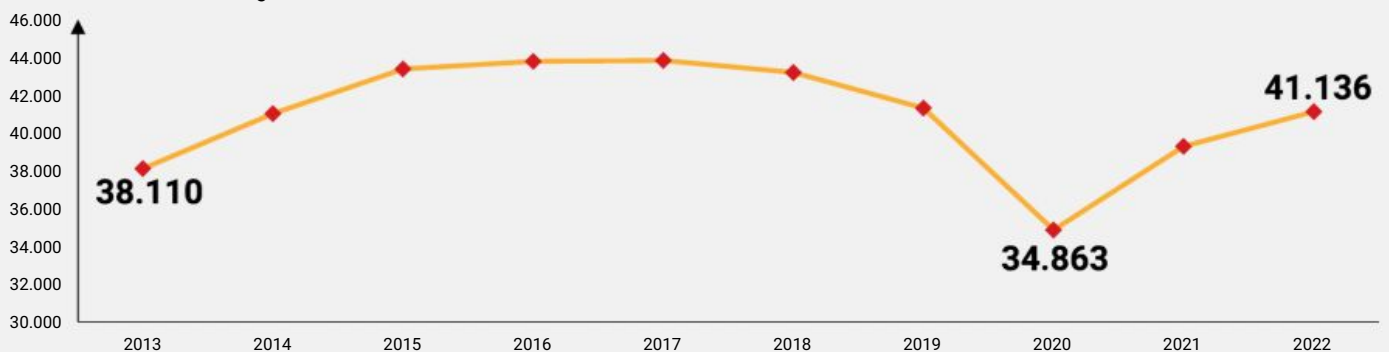
sector. En 2020, la tasa de mujeres bajó al 44,8% y se recuperó hasta el 46,3% en 2021, marcando el anterior máximo histórico.

#### Empleo estimado

En paralelo a los datos de empleo registrado de la Seguridad Social, el Instituto Nacional de Estadística (INE) realiza una estimación del nú-

#### Número de trabajadores en la industria del cuero y el calzado en España

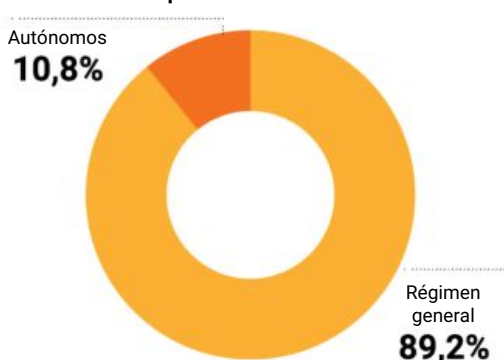
En número de afiliados a la Seguridad Social, a 31 de diciembre de cada año



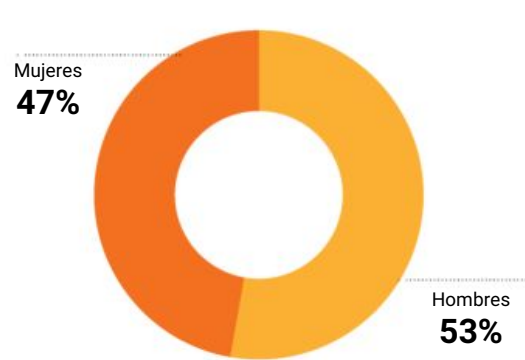
#### Trabajadores en la industria del cuero y el calzado en España

En porcentaje sobre el total de trabajadores a 31 de diciembre de 2022

##### Por tipo de afiliación en 2022



##### Por sexo



Fuente: Seguridad Social

**Según los resultados de la EPA, las mujeres alcanzan el 44,5% del total de ocupados en la industria del calzado y el 45,5% de los asalariados**

mero de ocupados en cada sector a partir de la Encuesta de Población Activa (EPA). En este sentido, el INE eleva hasta los 56.300 trabajadores la fuerza laboral del sector en 2022, atendiendo a los resultados medios de las cuatro encuestas trimestrales realizadas en 2022.

A diferencia del empleo registrado de la Seguridad Social, el dato de ocupados de la EPA atiende a todas aquellas personas de 16 años o más que, según los criterios OIT, durante la semana en que se realizó la encuesta tuvieron un empleo por cuenta ajena (asalariado) o ejercieron una actividad por cuenta propia (trabajadores por cuenta propia).

La cifra de ocupados creció con fuerza en relación al año anterior, con una subida del 41,6%, hasta superar incluso el número de ocupados de 2019, antes del estallido de la pandemia en España. El máximo de la última

década se alcanzó sin embargo en 2017, con una media de 67.800 trabajadores ocupados en la industria del calzado a lo largo del año.

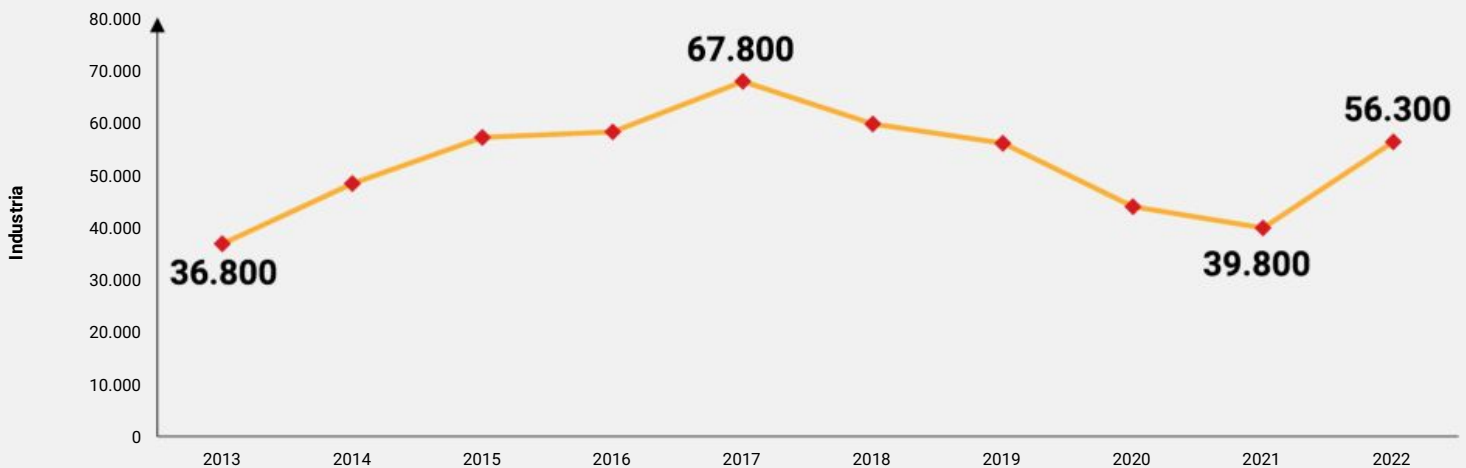
La cifra de ocupados muestra una mayor volatilidad en el caso de las mujeres: de 2021 a 2022, el número de mujeres ocupadas en la industria del cuero y el calzado se más que duplicó, pasando de 12.100 a 25.000 trabajadoras. En el caso de los hombres, la subida fue de sólo el 12,6%, hasta 31.200 trabajadores.

Las cifras de empleo estimado sitúan en el 44,5% la tasa de mujeres sobre el total de la industria del calzado y el cuero en 2022, frente al 36,6% del ejercicio 2013. No obstante, el techo en la última década se dio en 2019, cuando el 44,9% de los trabajadores en la fabricación de calzado eran de sexo femenino.

Por otro lado, la EPA sitúa en 51.000 el nú-

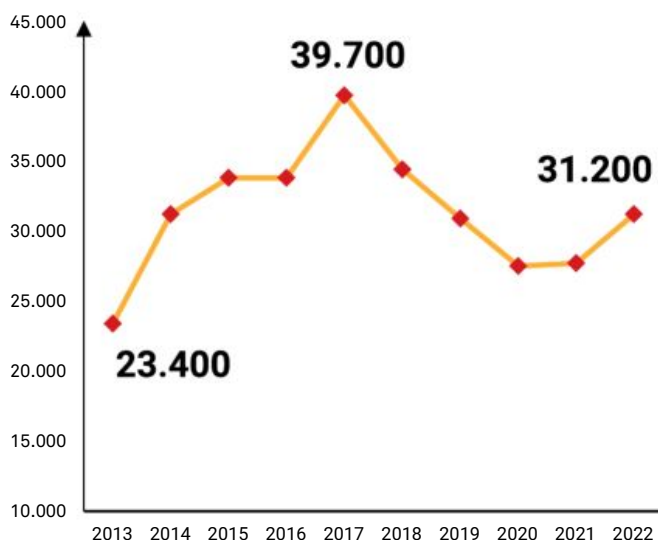
**Número de ocupados en cuero y calzado en España**

En número de trabajadores



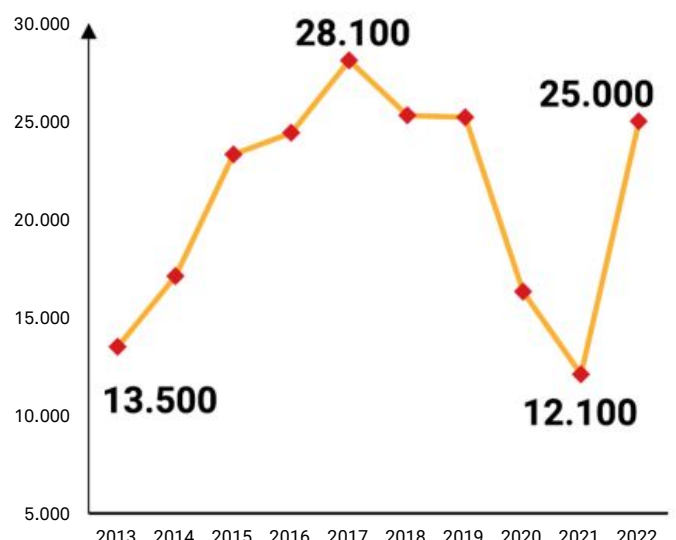
**Número de hombres ocupados en cuero y calzado en España**

En número de trabajadores



**Número de mujeres ocupadas en cuero y calzado en España**

En número de trabajadoras



mero de asalariados en la industria del calzado y el cuero en España, un 44,1% más que en el ejercicio precedente. En este caso, la cifra se sitúa a medio millar de trabajadores de la que se registró en 2019, con 51.500 asalariados en el sector. El máximo de la última década también se anotó en 2017, cuando se alcanzaron los 59.900 trabajadores.

Las variaciones también son, en este caso, más importantes entre las mujeres trabajadoras, con una horquilla que va de 11.300 asalariadas (datos de 2021) a 26.800, mientras que entre los hombres el número de trabajadores ha oscilado entre 20.700 y 33.100 en la última década.

Con datos de 2022, con 27.800 hombres asalariados y 23.200 mujeres, las trabajadoras copan el 45,5% de los puestos de trabajo asalariados en este sector.

### Costes laborales, de nuevo al alza

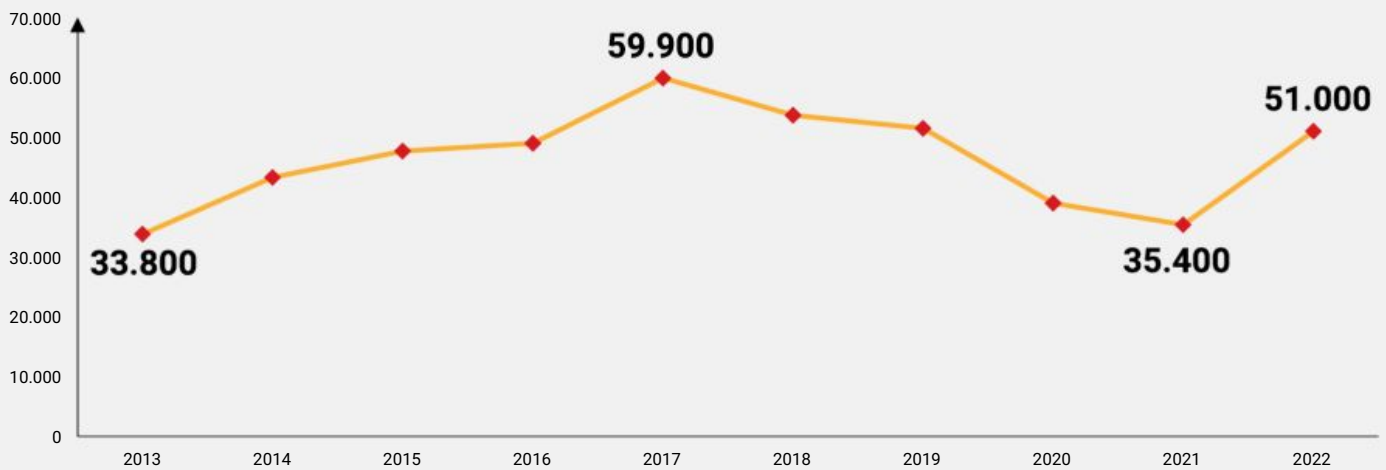
Los costes laborales asumidos por las empresas del sector tuvieron un punto de inflexión en 2019. El estallido de la pandemia en 2020 hizo que se redujera con fuerza el coste laboral para un trabajador a jornada completa de 24.516 euros (dato de 2019, máximo hasta entonces) a 22.547 euros en 2020. No obstante, la progresión de 2021 y 2022 ha hecho que los costes laborales recuperen terreno hasta marcar un nuevo máximo histórico, situado ahora en 24.782 euros por trabajador y año.

Este importe sitúa el coste laboral medio de las empresas de cuero y calzado por encima de otros sectores como el comercio al por menor (salvo concesionarios) o las actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento. No obstante, los costes laborales en el sector

**Los costes laborales en el sector se situaron en 24.782 euros por trabajador y año en 2022, lo que supone un nuevo máximo histórico**

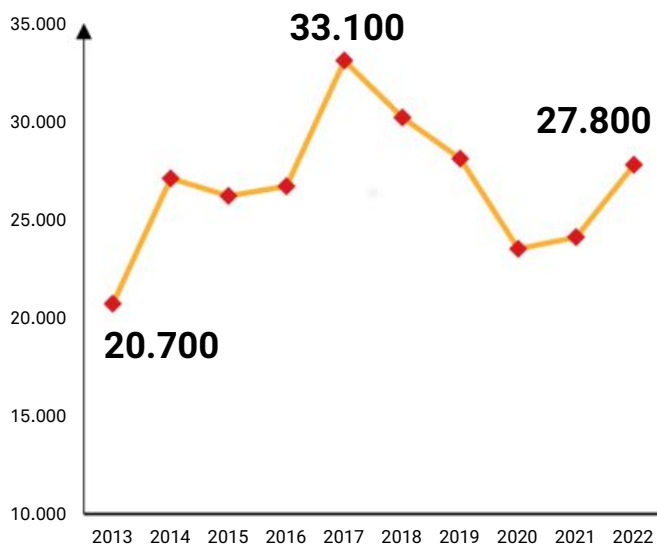
### Número de asalariados en cuero y calzado en España

En número de trabajadores



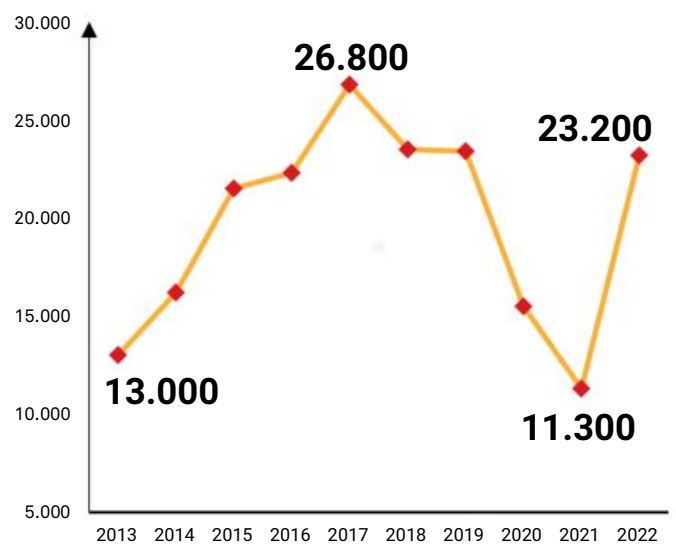
### Número de hombres asalariados en cuero y calzado en España

En número de trabajadores



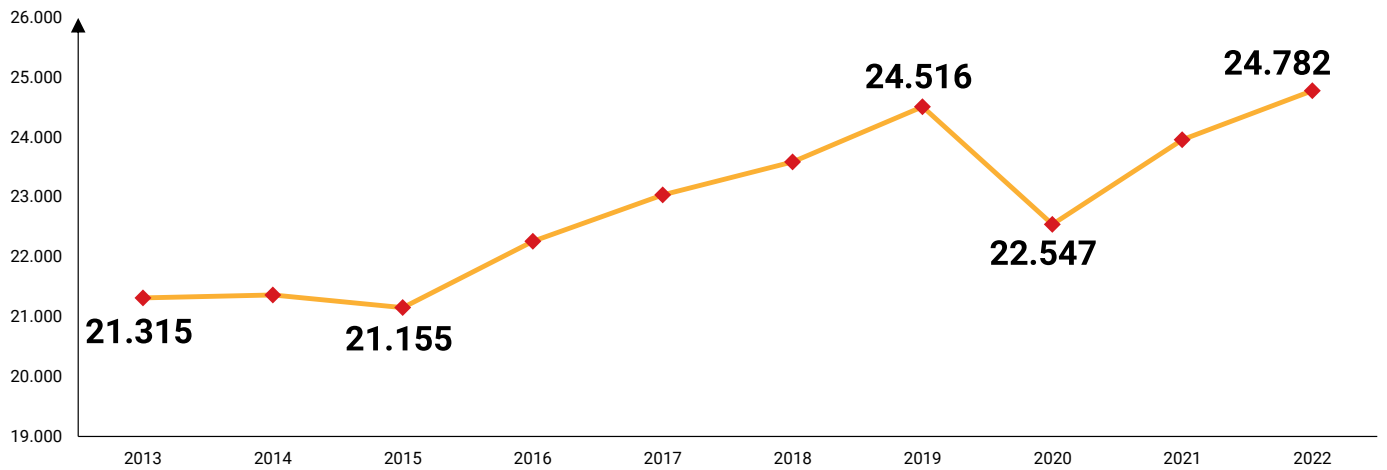
### Número de mujeres asalariadas en cuero y calzado en España

En número de trabajadoras



### Coste laboral total en cuero y calzado en España

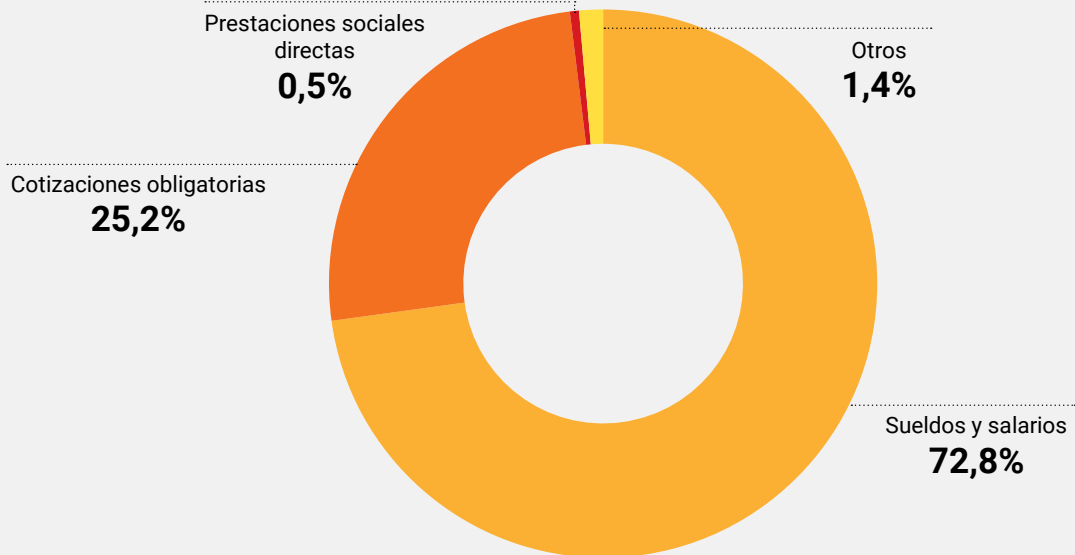
En euros por trabajador al año



### Componentes del coste laboral en cuero y calzado en España en 2022

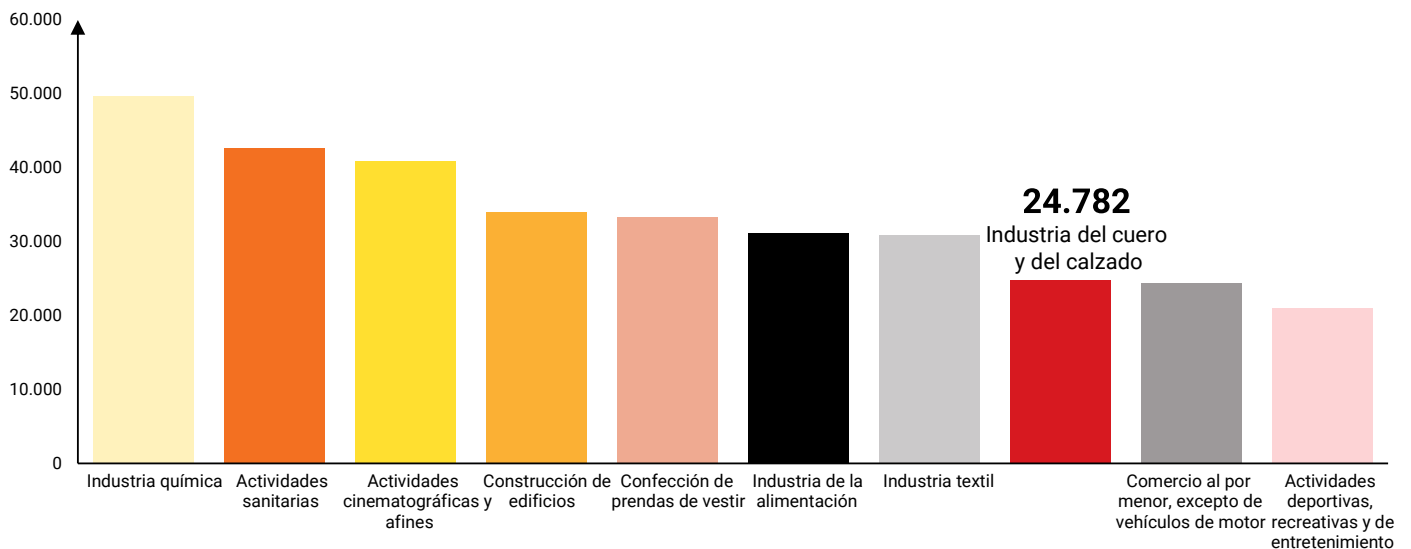
En porcentaje sobre el total

Industria



### Coste laboral total en España frente a otros sectores en 2022

En euros por trabajador al año



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

se sitúan muy por debajo de otros como la alimentación (31.794 euros por trabajador y año), la construcción de edificios (34.071 euros) o la industria química (49.672 euros).

En el caso de la industria del cuero y el calzado, los sueldos y salarios copan el 72,8% de los costes laborales asumidos por las empresas. Las cotizaciones obligatorias concentran otra cuarta parte de estos costes (25,2% del total).

### Polos del empleo

La Comunidad Valenciana y, en particular, la provincia de Alicante, copa el mayor número de trabajadores en la industria del cuero y el calzado y también buena parte de los municipios con más trabajadores en el sector.

Elche se sitúa en un destacado primer lugar, con 7.973 trabajadores afiliados a la Seguridad Social en las industrias del cuero y el calzado en diciembre de 2022. El segundo lugar lo ocupa Ubrique, en la provincia de Cádiz, un polo productivo importante en el sector del cuero, y en tercera posición está la también alicantina Elda, con 2.967 trabajadores en la industria del calzado y el cuero.

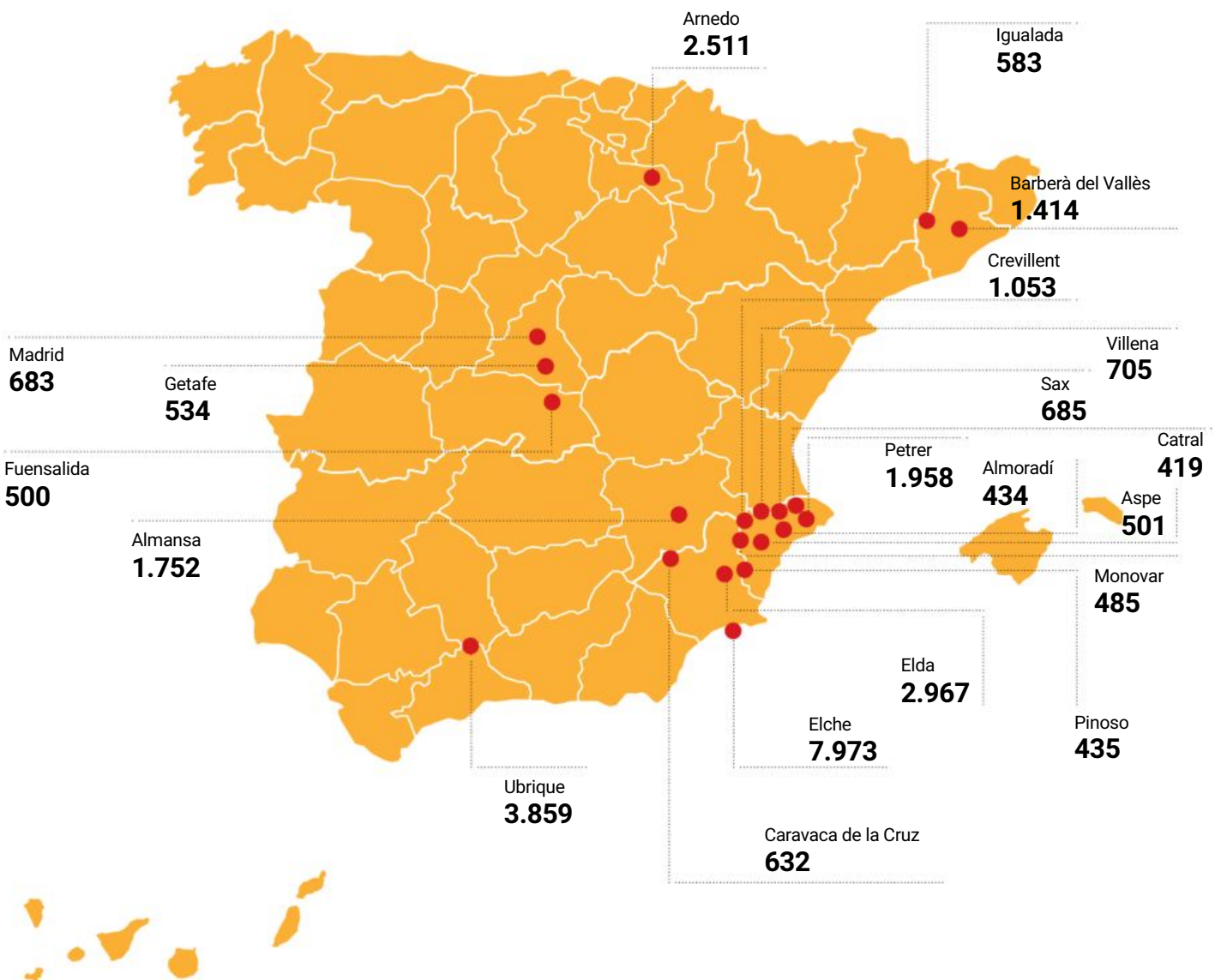
Petrer, Crevillent, Villena, Sax y Aspe son otras localidades alicantinas en las que el calzado tiene un alto peso en el mercado laboral.

Fuera de Alicante destaca la riojana Arnedo, con 2.511 afiliados al sector del calzado y el cuero (el cuarto polo municipal más importante de España) y Almansa, en Albacete, con 1.752 afiliados.

## Once de los veinte municipios con más trabajadores en el sector del calzado y el cuero se encuentran en la provincia valenciana de Alicante

### Los polos del calzado en España. Veinte poblaciones con más afiliados en la industria del cuero y el calzado en España

Datos de diciembre de 2022. En número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social



# Ochenta y tres millones de pares con un valor creciente

La industria del calzado recupera magnitudes de fabricación en España y, sobre todo, avanza hacia producciones de mayor valor añadido. Así se desprende de varios indicadores referidos a la producción de calzado en España, que muestran de forma general una fuerte contracción de la actividad en 2020, coincidiendo con el estallido de la pandemia y la paralización de la actividad económica en España, y una recu-

peración en los dos años siguientes.

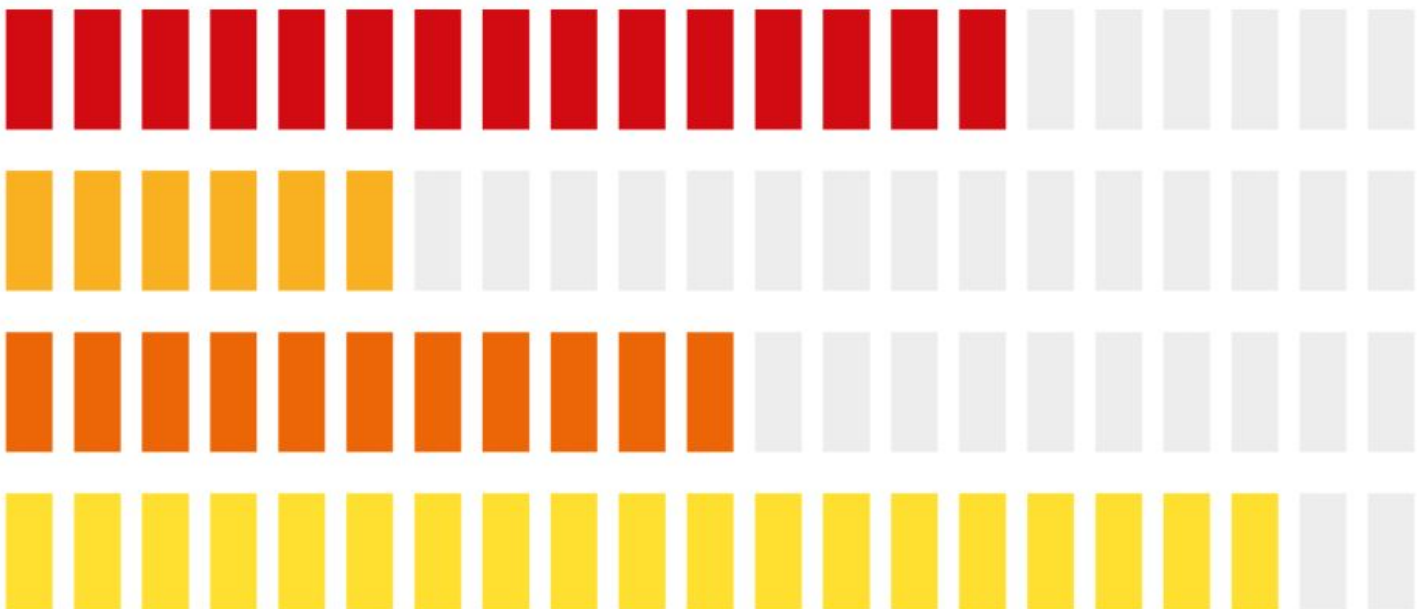
El nuevo impulso de la industria de la fabricación de calzado en España tiene no obstante un matiz positivo: junto a la recuperación de las magnitudes de actividad, con algunos indicadores con crecimientos a doble dígito en 2021 y 2022, el sector avanza también hacia producciones de mayor valor añadido, con precios medios más altos y una tenden-

**El sector avanza hacia producciones de precios más altos que aportan mayor rentabilidad a las empresas**

Industria

## Cómo medir una industria

Unidades producidas, valor unitario, inversiones o productividad por empleado son algunos de los indicadores clave que miden la salud de la industria del calzado en España. En 2022, la nota que ofrecen estos KPI es positiva: más producción y de más valor permiten al sector ser competitivo a pesar de la subida de costes laborales.



cia hacia una mayor rentabilidad de las empresas y valor añadido de sus producciones.

Una de las principales fuentes para conocer la evolución de la producción del sector del calzado en España es la Encuesta Industrial de Productos que anualmente realiza el Instituto Nacional de Estadística (INE) a partir de una amplia encuesta a empresas de ámbito industrial. La última edición de este

informe señala que las empresas de calzado en España produjeron 82,9 millones de pares, lo que supone un aumento del 6,6% en comparación con el año precedente y del 11,7% en comparación con 2020, cuando sólo se fabricaron 74,2 millones de pares.

A pesar de este incremento, el volumen de producción del sector continúa lejos de los datos prepandemia y de las magnitudes

de 2015 y 2016, cuando se llegaron a fabricar más de cien millones de pares.

#### **Más valor por unidad**

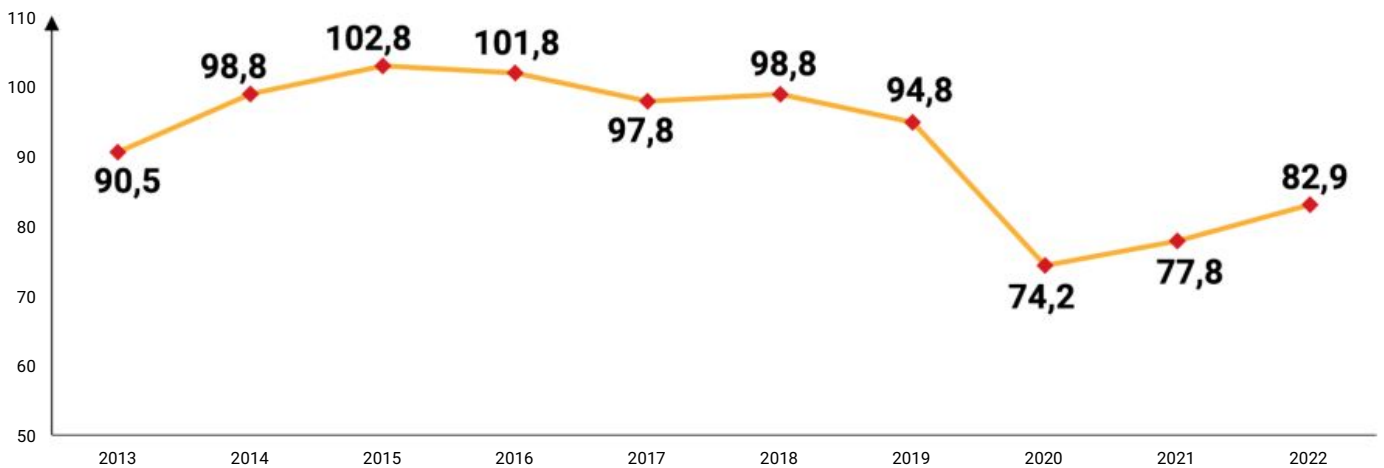
Pese a que las magnitudes de fabricación están hoy lejos de los máximos históricos en el sector del calzado, la Encuesta Industrial de Productos ofrece resultados todavía más

83M

En 2022 se produjeron 82,9 millones de pares de calzado en España, lo que supone un aumento del 11,7% respecto al año de la pandemia.

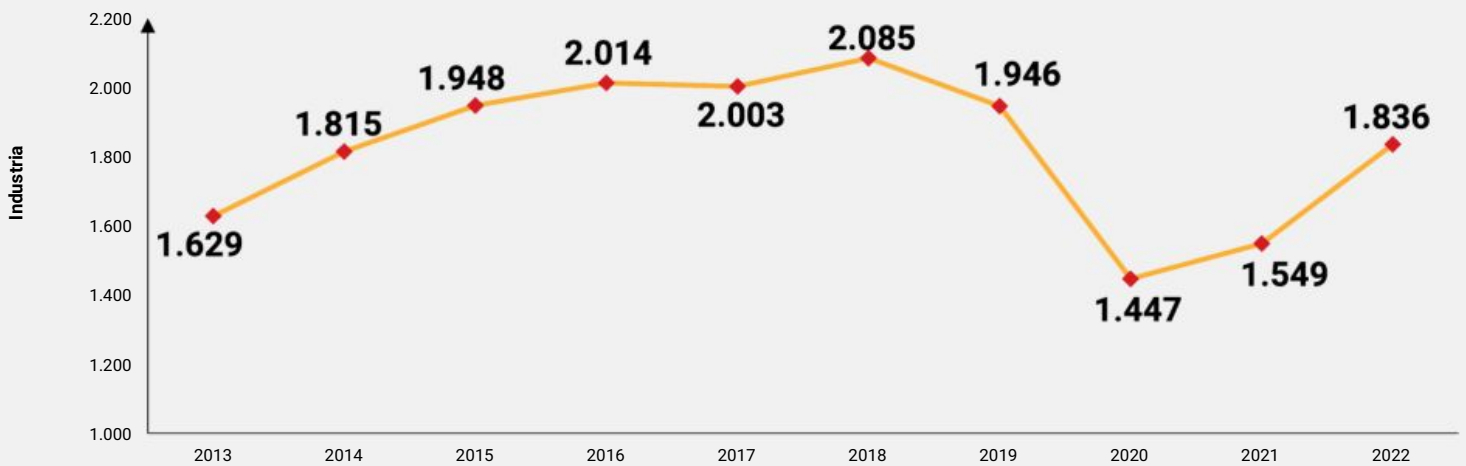
### Producción de calzado en España

En millones de pares



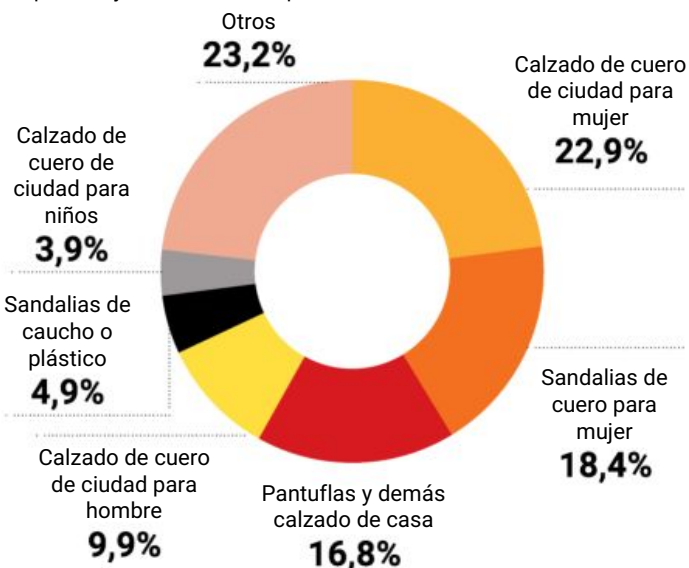
### Valor de la producción de calzado en España

En millones de euros



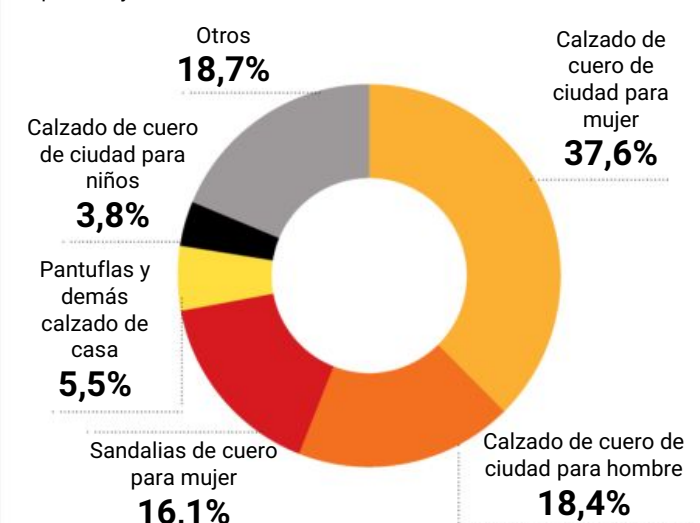
### Producción de calzado en España, por tipo de productos

En porcentaje sobre el total de pares



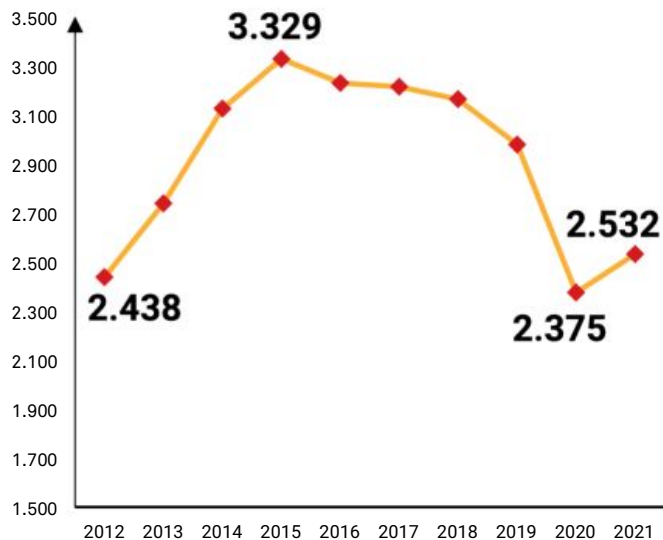
### Valor de la producción de calzado en España, por tipo de productos

En porcentaje sobre el valor total



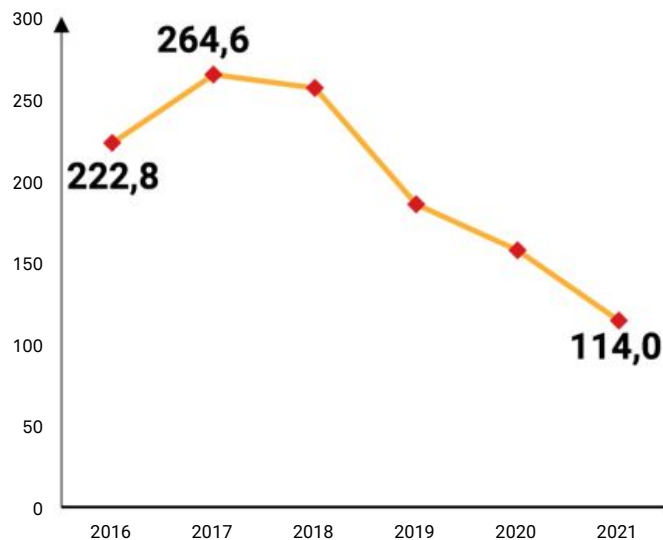
### Cifra de negocio de las empresas de calzado en España

En millones de euros

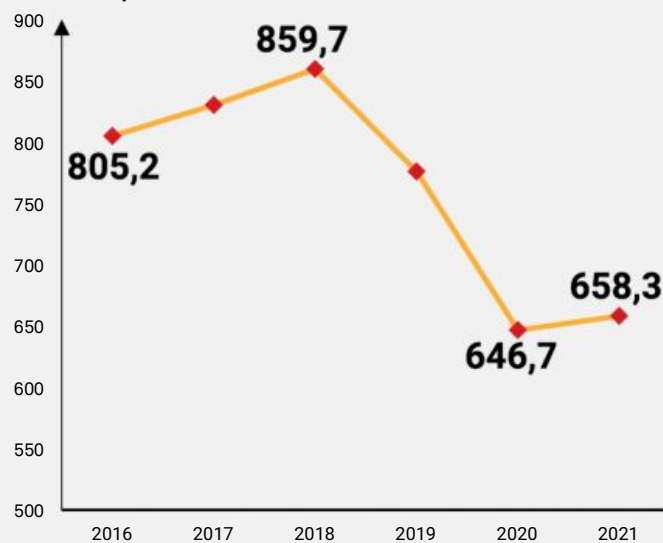


### Excedente bruto de explotación de las empresas de calzado en España

En millones de euros

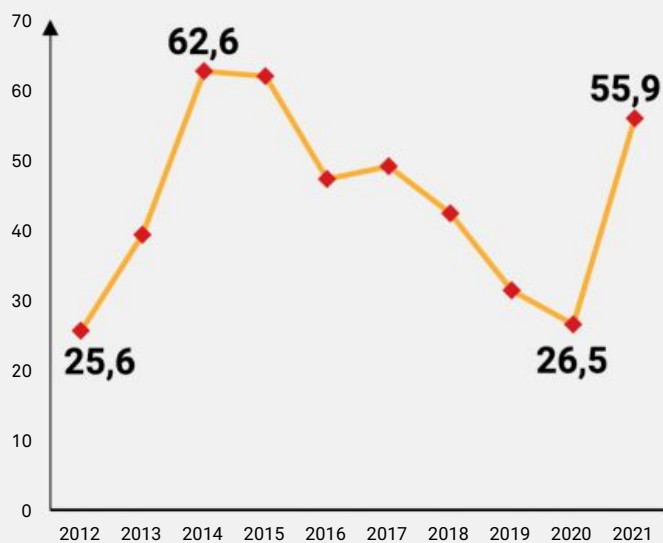


### Valor añadido a coste de los factores de las empresas de calzado en España. En millones de euros



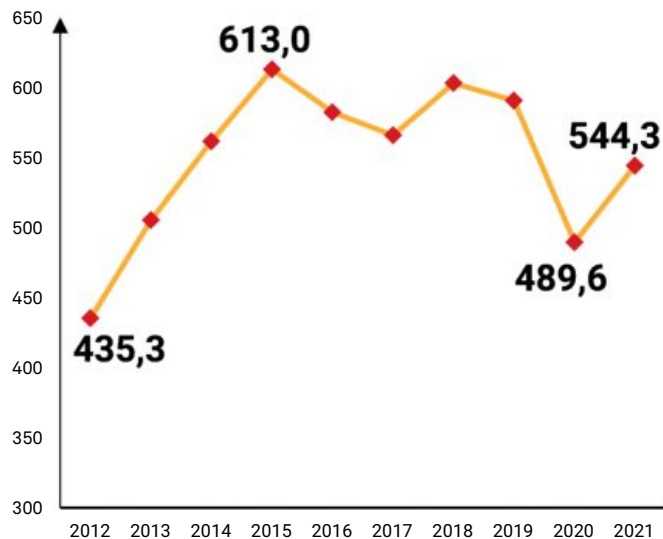
### Inversión en activos materiales de las empresas de calzado en España

En millones de euros



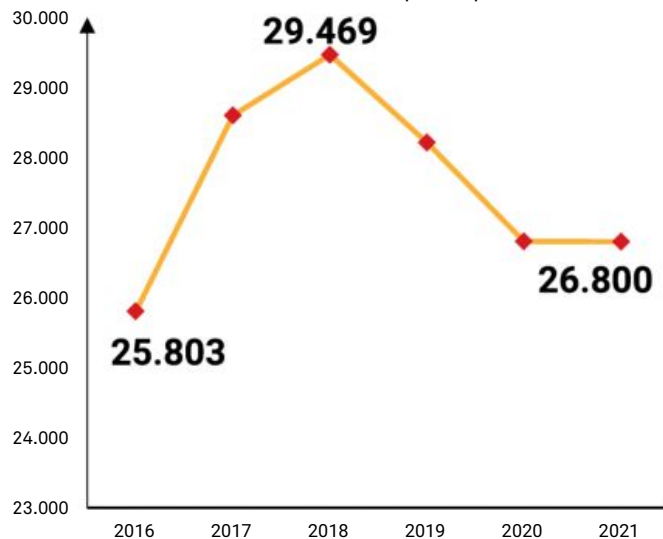
### Gastos de personal de las empresas de calzado en España

En millones de euros



### Productividad de las empresas de calzado en España

En euros, en términos de valor añadido bruto por ocupado



## Cada par de calzado tiene actualmente un valor a salida de fábrica de 22,13 euros, el más alto de la historia

esperanzadores vinculados a la recuperación de la producción: el valor del calzado producido sube más que el número de unidades.

El valor de los pares producidos por el sector del calzado (excluyendo los componentes de piezas no terminadas) se situó en 2022 en 1.835 millones de euros, lo que supone un aumento del 18,5% en comparación con el año precedente y del 26,9% en relación al atípico 2020, cuando el valor de la producción tocó suelo.

El sector no ha recuperado así la cota de los 2.000 millones de euros que había superado en 2016, 2017 y 2018, pero sí ha logrado elevar el valor medio de los pares producidos.

En particular, el par (incluyendo todo tipo de calzado, como sandalias o pantuflas) producido en España tuvo en 2022 un valor a salida de fábrica de 22,13 euros, el más alto de la serie histórica. Además de descender el ritmo de fabricación, en 2020 el sector había contraído el valor medio de sus productos hasta situarse por debajo de la barrera de los veinte euros por par, con un valor medio de 19,48 euros. Desde esta cota suelo, el valor de cada par fabricado subió en 42 céntimos en 2021 y protagonizó un salto de 2,22 euros en 2022.

Frente a los 22,13 euros por par de 2022, el valor máximo hasta entonces se había alcanzado en 2018, con 21,11 euros por par. La progresión desde 2013 es aún mayor: entonces el calzado producido en España tenía un valor medio de 18 euros por par, un 18,7% inferior al de la actualidad.

### Qué se produce en España

La producción de calzado en España no cuenta con una gran especialización, con millones de unidades fabricadas en cada uno de los principales grupos de producto que se dan en el sector. De los cerca de 83 millones de pares fabricados en 2022, el grupo más relevante es el calzado de cuero de ciudad para mujer, con una producción de 19 millones de unidades, que supone el 22,9% del total.

Las sandalias de cuero, también para mujer, se sitúan en segundo lugar con 15,2 millones de pares fabricados (el 18,4% del total), y en tercera posición están las pantuflas y demás calzado de casa, con 12,9 millo-

nes de unidades fabricadas (el 16,8% del total). Asimismo, el calzado de cuero de ciudad para hombre llegó en 2022 a las 8,2 millones de unidades fabricadas, el 9,9% del total; las sandalias de caucho o plástico, a 4,1 millones (el 49% del total), y el calzado de cuero de ciudad para niños a 3,2 millones (el 3,9% del total).

Por otro lado, el 23,2% de los pares producidos en el país corresponden a otros tipos de calzado, no recogidos en las categorías anteriores.

### Magnitudes empresariales

Otro proyecto del INE, la Encuesta Estructural de Empresas, mide la evolución que tienen cada año las principales magnitudes empresariales de las compañías de todos los sectores industriales. La amplitud de sus resultados, que también se obtienen a partir de una encuesta a un panel de empresas industriales, va no obstante aparejada a una importante demora en el calendario de publicación. La última edición de este instrumento estadístico hace en este sentido referencia al año 2021, cuando las empresas del sector del calzado ya habían iniciado la recuperación que otros indicadores mostraron con mayor antelación.

El desempeño de las empresas del sector mejoró: la cifra de negocio agregada de las compañías de calzado se situó en 2.532 millones de euros, con un alza del 6,6% en comparación con 2020. En el año del estallido de la pandemia en España, la industria del calzado registró su facturación mínima en la última década, de 2.375 millones de euros, con una bajada de más del 20% en comparación con el año anterior.

A lo largo de los últimos años la facturación de la industria del calzado alcanzó su máximo en 2015, con 3.329 millones de euros, y su valor mínimo hasta la llegada del Covid-19 y sus consecuencias se había marcado sólo tres años antes, en 2012, con 2.438 millones de euros de cifra de negocio.

Pese a la buena evolución en términos de ventas, el resultado bruto de explotación de las empresas del sector continuó deteriorándose en 2021. Se situó en 114 millones de

---

**El calzado de cuero de ciudad para mujer, el artículo de más valor, concentra el 22,9% de la producción del sector en España, mientras que las sandalias de cuero para mujer llegan al 18,4% de las unidades fabricadas**

euros, encadenando además cuatro caídas consecutivas. El máximo desde 2016, cuando comienza la serie estadística de esta magnitud en la Encuesta Estructura de Empresas del Sector Industrial, se había registrado en 2017, con 264,6 millones de euros.

Lo contrario ocurrió con el valor añadido a coste de los factores, que rompió en 2021 con una racha de tres años consecutivos de descensos. Ese año, el valor añadido (magnitud que equivale a los ingresos brutos procedentes de las actividades de explotación tras el ajuste por subvenciones de explotación e impuestos indirectos), registró un alza del 1,8%, hasta 658,3 millones de euros.

La subida no permite acercarse a las magnitudes de 2019, cuando el valor añadido alcanzaba los 776 millones de euros, y está aún más lejos el máximo de los últimos años, en 2018, cuando se acercó a los 860 millones de euros.

Otra magnitud clave que ofrece la encuesta para medir la salud del sector es la productividad, entendida como valor añadido en relación al personal ocupado, es decir, el valor añadido por cada trabajador. En 2021, la productividad en la industria del calzado se mantuvo estable respecto al ejercicio anterior, con 26.800 euros por empleado. El valor supera el de 2016, cuando se situó en 25.803 euros por año, pero se mantiene alejado del máximo del último lustro, de 2018, cuando se marcaron 29.469 euros por trabajador y año.

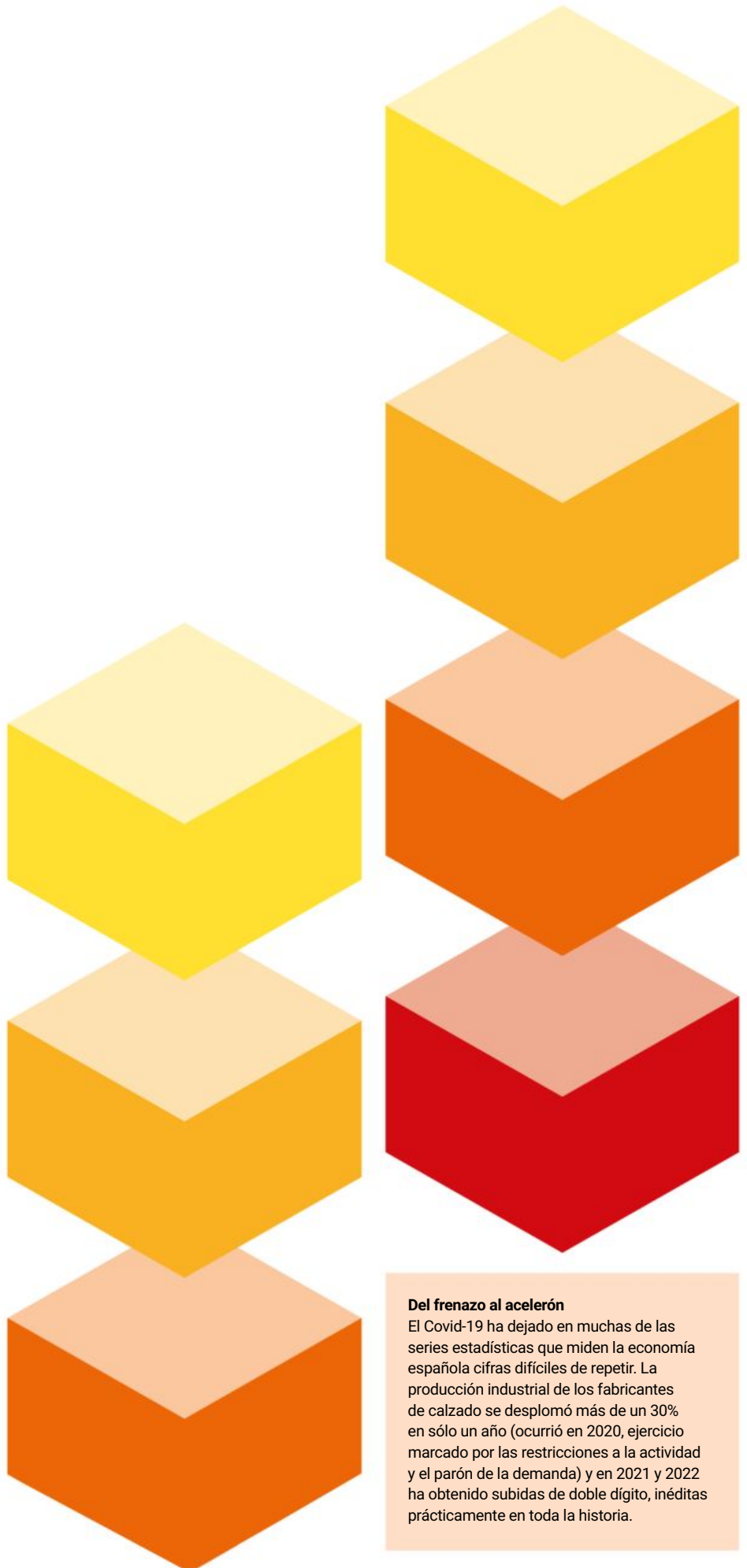
Este mantenimiento de la productividad se dio a pesar del relevante repunte en los gastos de personal en 2021. Se elevaron un 11,5%, hasta 544,3 millones de euros.

### Producción y cifra de negocio en 2022

Otros dos indicadores más adelantados miden mes a mes la evolución de la actividad y negocio de las empresas industriales. Se trata del Índice de Producción Industrial (IPI) y los Índices de Cifra de Negocios de la industria (ICN), que el INE actualiza mes a mes. En ambos casos, la remontada del sector del calzado en 2021 y 2022 se aprecia de forma notoria.

En el caso del IPI, la industria del calzado encadenó en el año del estallido de la pandemia su quinta caída consecutiva con una contracción anual del 30,3%, la más alta en la historia del índice. Con una baja tasa comparable, la producción industrial del sector del calzado se disparó en 2021 con una subida del 10,9%, y se aceleró aún más en 2022, con un alza del 16,1%.

El IPI general de la industria española registró en 2020 un ajuste más moderado: el impacto del Covid-19 no fue tan fuerte en el conjunto de la industria española. En concreto, el IPI registró una caída anual del 11,7% en 2020 (una tercera parte de lo que cayó el calzado), después de un moderado creci-



#### Del frenazo al acelerón

El Covid-19 ha dejado en muchas de las series estadísticas que miden la economía española cifras difíciles de repetir. La producción industrial de los fabricantes de calzado se desplomó más de un 30% en sólo un año (ocurrió en 2020, ejercicio marcado por las restricciones a la actividad y el parón de la demanda) y en 2021 y 2022 ha obtenido subidas de doble dígito, inéditas prácticamente en toda la historia.

## El Índice de Producción Industrial del sector del calzado subió en 2022, pero concluyó el año con una caída interanual del 3,3% en diciembre

miento del 0,4% en 2019. La recuperación del conjunto de la industria fue, no obstante, más fuerte que en el caso del calzado: el IPI general se recuperó un 16,2% en 2021 y aceleró hasta el 20,7% en 2022.

Pese al buen resultado anual de la industria del calzado en 2022, los datos mensuales aportan matices significativos. El IPI, que había comenzado el año a la baja con un descenso del 3,6% en enero, alcanzó sus máximas cotas de crecimiento en los meses centrales del año: en mayo la subida interanual de la producción marcó un histórico 47,5% y, aunque se contrajo hasta el 12,9% en junio, se mantuvo en ritmos de doble dígito hasta octubre. En noviembre, la producción industrial del sector del calzado creció un 9,6% interanual, pero en diciembre volvió

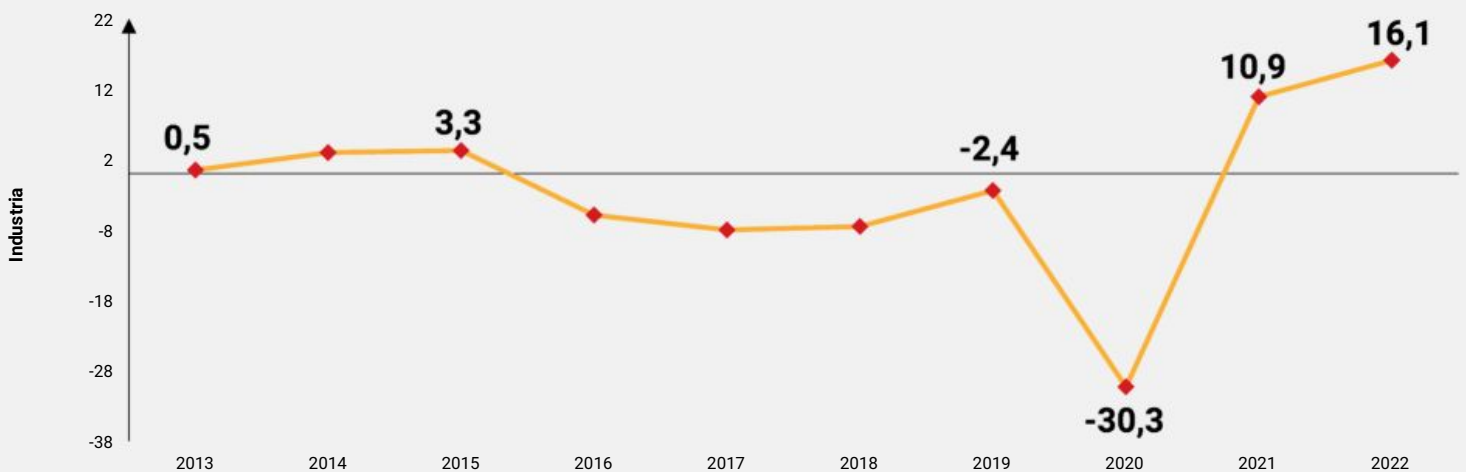
a caer con un descenso del 3,3% en comparación con el mismo mes de 2021.

Una caída menor y una recuperación aún más fuerte registró el otro indicador de referencia para medir la coyuntura de la industria del calzado: el ICN. Tras una caída del 1,9% en 2019, el indicador que mide la facturación de las empresas registró una contracción del 27% en el año de la llegada del Covid-19 a España. En el conjunto de la industria española, el ICN apuntó a un frenazo de sólo el 11,7% en el año del estallido de la pandemia, mitigado por la evolución positiva de la facturación de sectores como el de los productos farmacéuticos, aparatos domésticos u otro material de transporte.

Tras este traspié, el ICN del sector del cuero y el calzado marcó dos subidas cre-

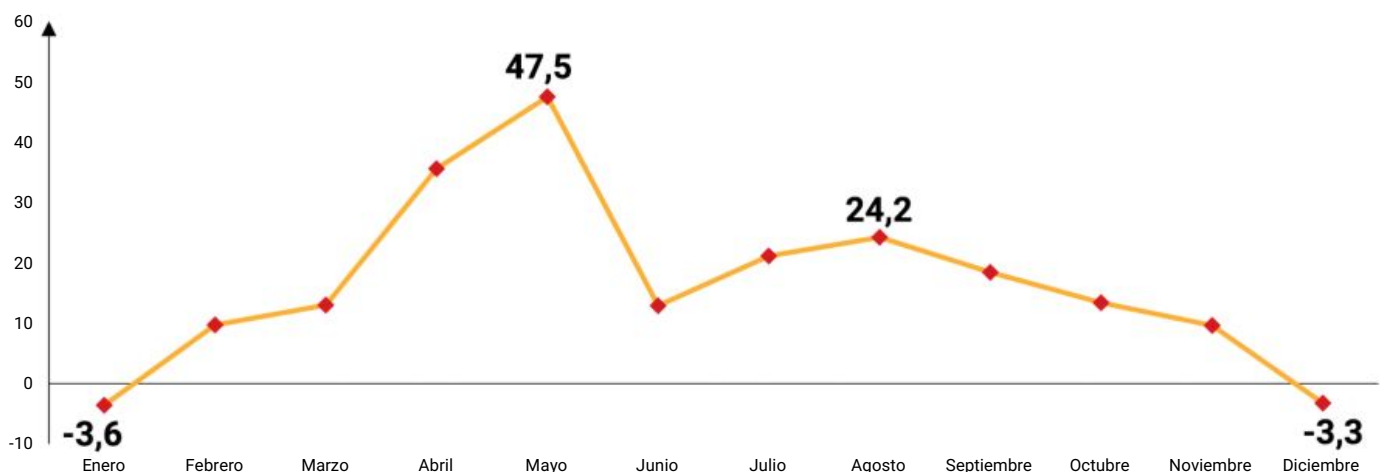
### Índice de Producción Industrial del sector del calzado en España

Variación anual, en porcentaje



### Índice de Producción Industrial del sector del calzado en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



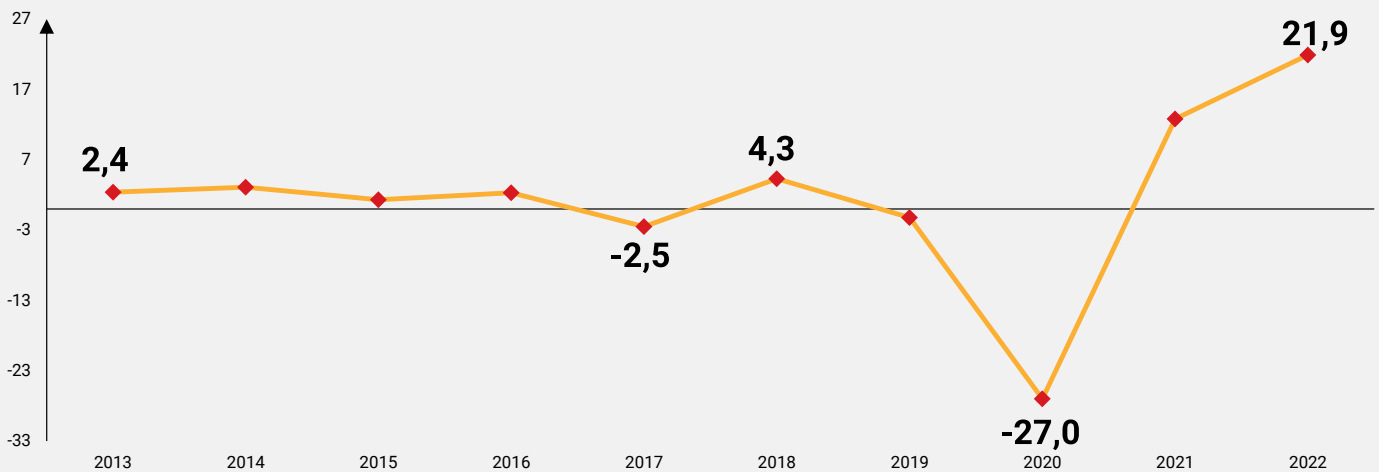
cientes e incluso más contundentes que las registradas en términos de producción: en 2021, el alza anual fue del 12,8%, y en 2022 llegó al 21,9%. La evolución fue semejante, aunque más demorada, que la registrada por el ICN general, que escaló un 16,2% en 2021 y un 20,7% en 2022.

En este caso, el indicador que mide la cifra de negocio del sector del calzado se mantuvo en positivo durante todo 2022. La subida máxima también se produjo en abril, con un alza interanual del 43,8%, mientras que los valores más bajos se registraron precisamente en los estadios finales del año. Noviembre y diciembre fueron los dos únicos meses en los que el ICN del calzado no escaló a ritmos de doble dígito, quedándose en subidas del 6,9% y el 6,6%, respectivamente.



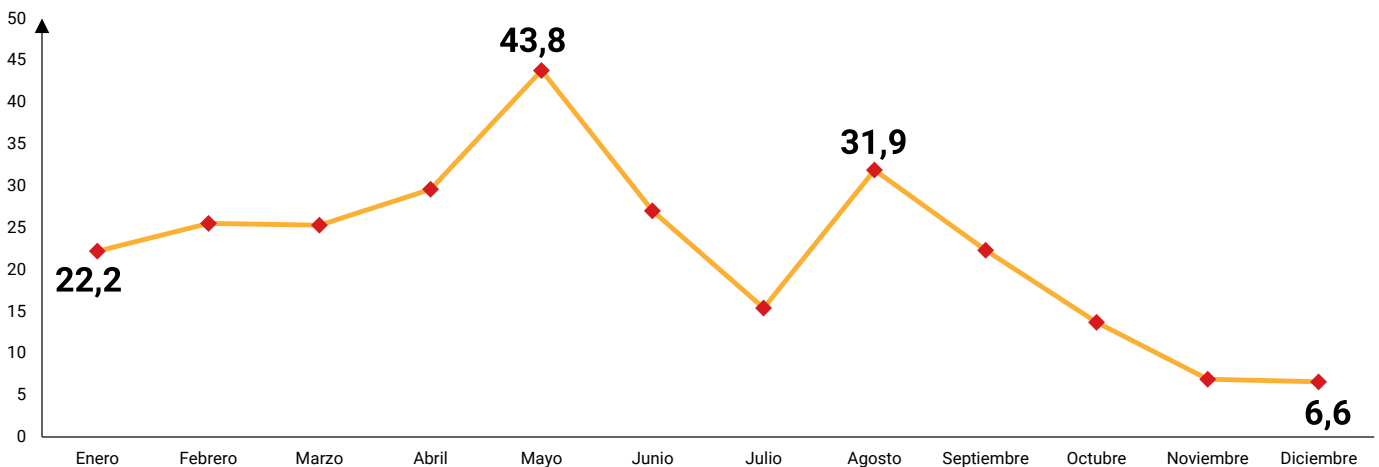
### Índice de de Cifra de Negocios de la industria del calzado en España

Variación anual, en porcentaje



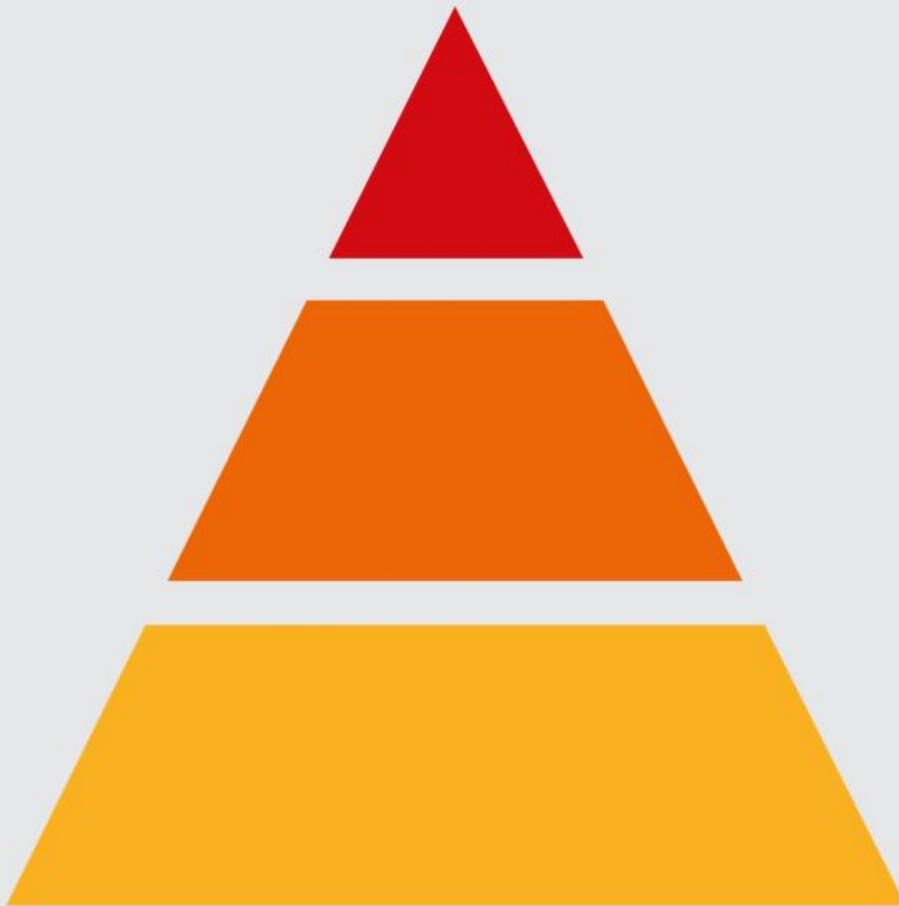
### Índice de de Cifra de Negocios de la industria del calzado en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



# Precios al alza, pero lejos del IPC general

El calzado mantiene la contención en los precios en un contexto general de alta inflación en España y en el mundo. En los dos años de después de la pandemia, en los que el Índice de Precios al Consumo (IPC) ha subido con fuerza, el consumo de calzado se ha mantenido siempre por debajo de la inflación general. En la industria, los precios industriales del calzado también suben por debajo que los del conjunto del sector.



La elevada inflación ha sido uno de los principales problemas de la economía internacional en los últimos años y España no ha escapado de esta ola: el Índice de Precios al Consumo (IPC) cerró 2022 en España con un alza del 5,5%, si bien a lo largo del año llegó a máximos del 10,8%. A pesar de lo elevado de estas magnitudes (la inflación se había mantenido bajo control por debajo del 3% durante décadas), España ha sufrido mucho menos el contexto inflacionista que otros países de su entorno. En el conjunto de la Eurozona, por ejemplo, los precios cerraron 2022 con un alza

del 9,2%. Impulsaron esta subida países como Letonia, Lituania y Estonia, con incrementos de hasta el 20,7%, mientras que España se situó como el país con una inflación más moderada, no sólo de la zona euro, si no del conjunto de la Unión Europea. A causa de la alta inflación, el Banco Central Europeo inició en a mediados de 2022 una subida progresiva de los tipos de interés que tiene como principal misión enfriar la economía y contener el IPC. El aumento del precio del dinero ha tenido efectos importantes para empresas y consumidores.

## En un contexto internacional inflacionista, el IPC se disparó en España hasta el 6,5% en 2021 y se moderó hasta el 5,7% en 2022

La economía española e internacional ha estado marcada en los últimos años por una inflación desconocida en las décadas precedentes y el calzado se ha contagiado, en parte, de los incrementos de los costes. En parte porque en 2021 y 2022 los incrementos en los precios del calzado se han mantenido de forma constante por debajo de la abultada inflación.

El Índice de Precios al Consumo (IPC), que mide la evolución de los precios de la cesta de la compra tipo de un consumidor residente en España, pasó de caer un 0,5% en 2020 a escalar un histórico 6,5% en 2021, en un contexto marcado por los problemas de oferta en la economía global. En el caso del calzado, en cambio, los precios de venta al consumidor redujeron incluso el ritmo de subida: pasaron de elevarse un 1% en 2020 a marcar un alza del 0,7% en 2021.

En 2022, en cambio, cuando la inflación general se moderó hasta el 5,7%, los precios del calzado sí se dispararon, con una subida del 3,4%.

En ambos casos la referencia anual de subida de precios es el IPC (general y del calzado en particular) de diciembre. En 2022, en los anteriores meses del año el diferencial entre el IPC general y el IPC de los productos de calzado se mantuvo de forma constante, actuando el sector como un factor de contención de la inflación general.

El máximo anual en el encarecimiento de la cesta de la compra se produjo en julio, con una escalada del 10,8%, mientras que la mayor subida interanual de los precios al consumo de calzado se dio un mes después, con un encarecimiento del 6,3%.

### Precios por segmentos

Por segmentos más específicos de producto, el mayor alza de precios de 2022 en el sector del calzado se dio en el producto para hombre. Los consumidores pagaron en diciembre de 2022 un 4,7% más por estos artículos que un año antes. En el ejercicio 2021, estos productos se habían encarecido sólo un 0,7%, tras más de una década caracterizados por una fuerte contención.

De hecho, la inflación en los productos de calzado masculino alcanzó su máximo a lo largo de 2022, cuando en agosto llegó al 7,4%, el valor más alto desde el inicio de la serie estadística del IPC en enero de 2002. Los precios del calzado masculino no habían llegado al 2% de subida desde 2007, y desde entonces habían oscilado entre el 1,3% de incremento y descensos del 0,3%.

La segunda categoría con un mayor contagio de la inflación general fue la del calzado para bebé y niño: los precios de estos productos se encarecieron en 2022 un 3,5%, el porcentaje más alto en veinte años.

En términos interanuales, el IPC del calzado infantil no había llegado a superar el 2% desde 2011, mientras que en la última década había experimentado momentos de deflación como el que se registró en 2017, cuando durante algunos meses el calzado para niños llegó a abaratarse a ritmos del 8,6% interanual.

Por su parte, el calzado de mujer fue el que más contribuyó a la contención de la inflación en el sector, con una subida aún más alejada del IPC general. Los precios del calzado femenino en 2022 subieron un 2,7%, el valor anual más alto en más de una década, pero sin al-

# 3,4%

Los precios al consumo del calzado en España aumentaron un 3,4% en 2022, por debajo de la inflación, tras haber escalado sólo un 0,7% en 2021.

## El Índice de Precios Industriales ha registrado en los dos últimos años subidas inéditas: en 2021 se elevó un 35,2% y se moderó hasta el 14,9% en 2022

canzar el máximo crecimiento de la serie estadística del IPC.

En 2003, los precios del calzado femenino aumentaron un 2,7%, mientras que el incremento había llegado al 6,7% en 2002. A lo largo de 2012, la mayor subida interanual de los precios en el calzado femenino también se dio en agosto, con una escalada del 4,1%, el valor más alto desde junio de 2003.

### Precios en la industria

Además de los precios de venta al público de los productos de un sector, que se mide a través del IPC, otra variable clave en 2022 fue la marcha de los precios industriales. Es decir, los precios de los productos antes de entrar en los ciclos de distribución o, coloquialmente, a salida de fábrica.

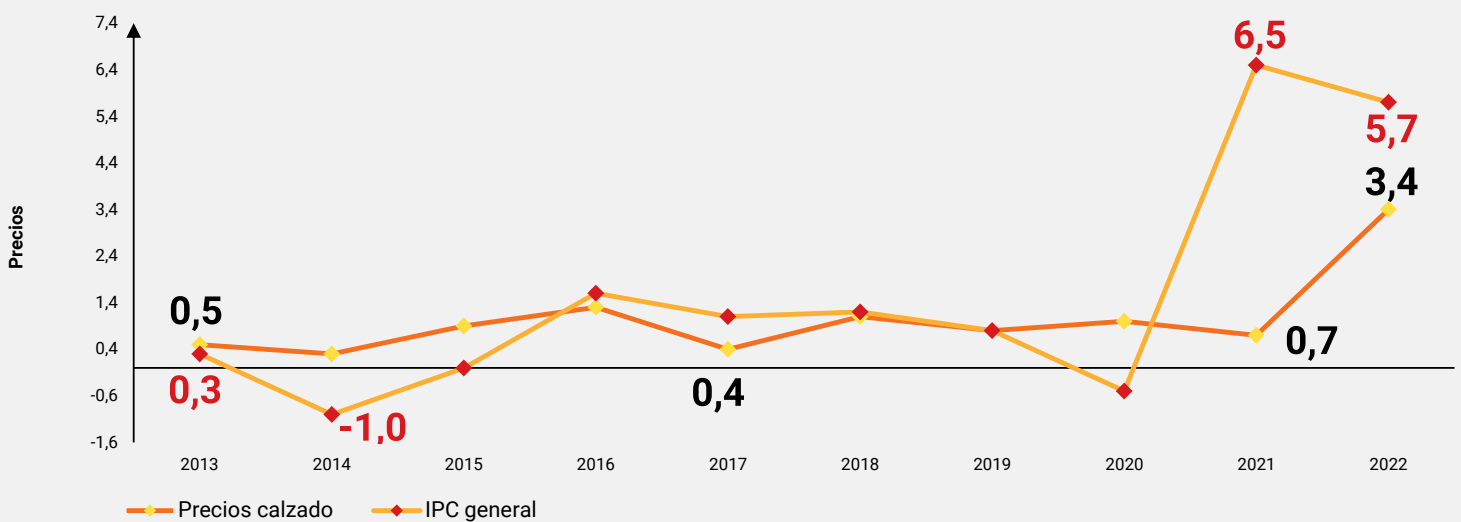
Expresiones como histórico, récord o sin precedentes han descrito la evolución de los precios en el ámbito industrial y de las materias primas en los últimos años, caracterizados por las disrupciones en la cadena de suministro y por las tensiones en la geopolítica internacional, que se han trasladado a menudo a los costes.

Todo ello se aprecia claramente en la evolución que ha tenido en los últimos dos años el Índice de Precios Industriales (Ipi) del INE, con subidas situadas en valores que no se dieron ni en las últimas décadas del siglo XX. En media anual, el Ipi general en España había caído un 1,4% en el año del estallido de la pandemia en el país, y pasó a una escalada sin parangón del 35,2% en 2021.

El incremento interanual escaló hasta un máximo del 47% en marzo de 2022, y fue

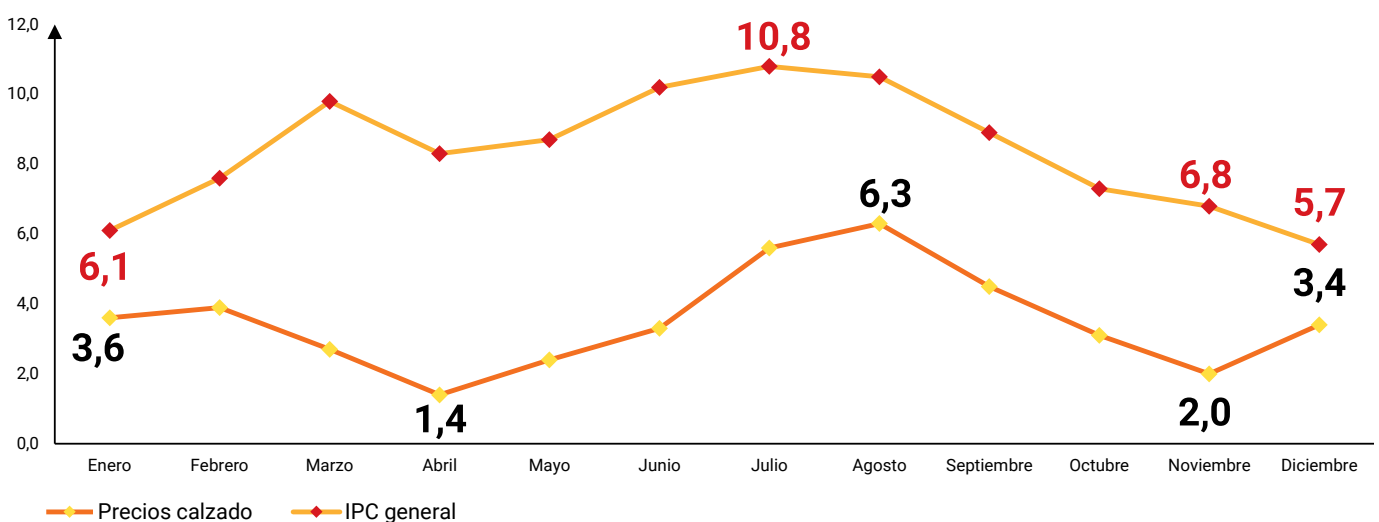
### Índice de Precios al Consumo del calzado en España

Variación anual, en porcentaje



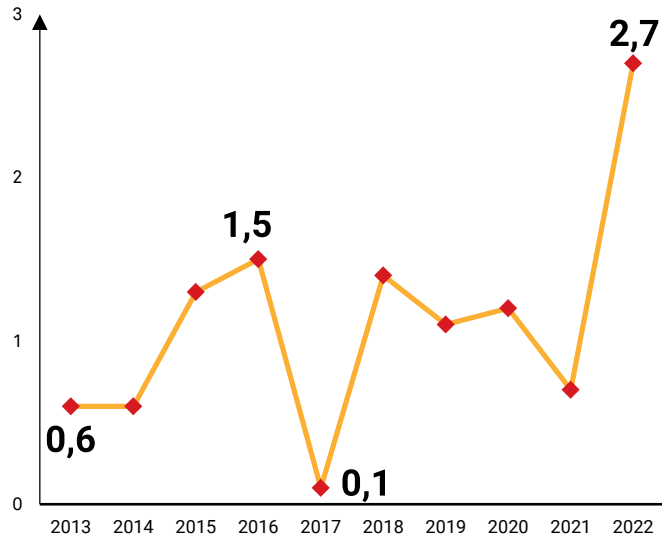
### Índice de Precios al Consumo del calzado en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



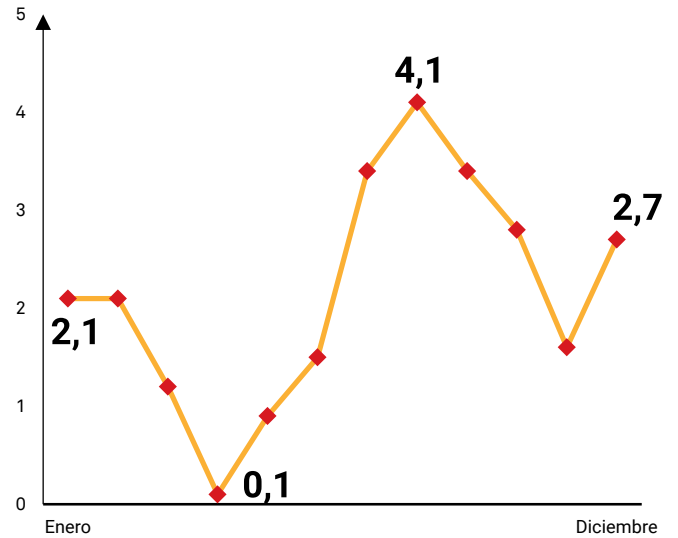
### Índice de Precios al Consumo del calzado de mujer en España

Variación anual, en porcentaje



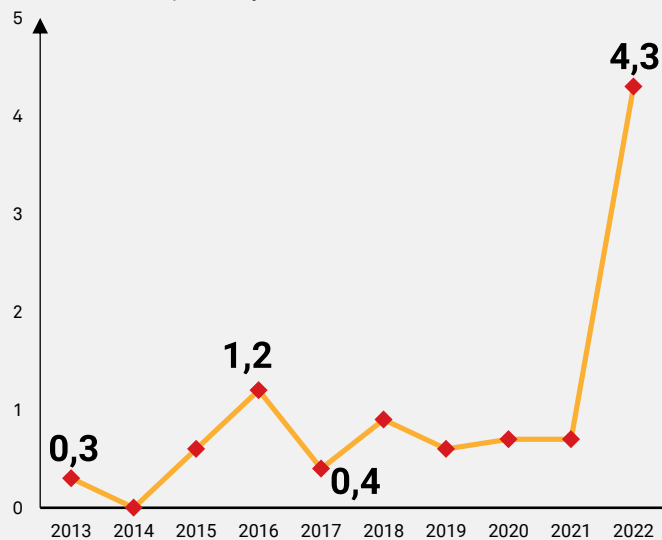
### Índice de Precios al Consumo del calzado de mujer en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



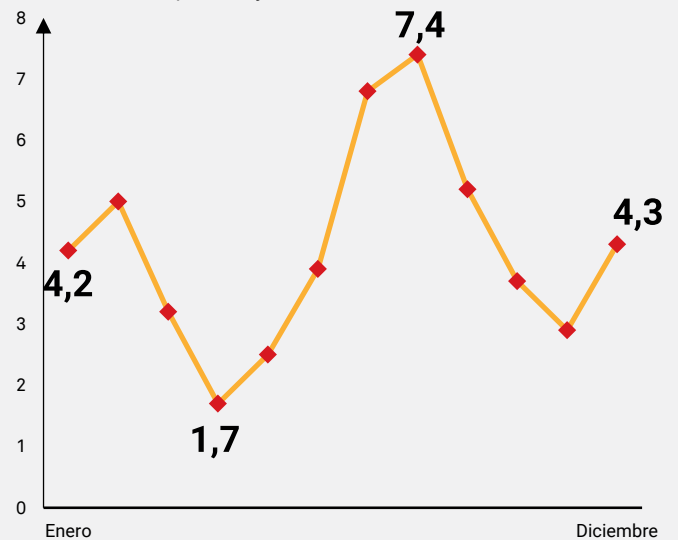
### Índice de Precios al Consumo del calzado de hombre en España

Variación anual, en porcentaje



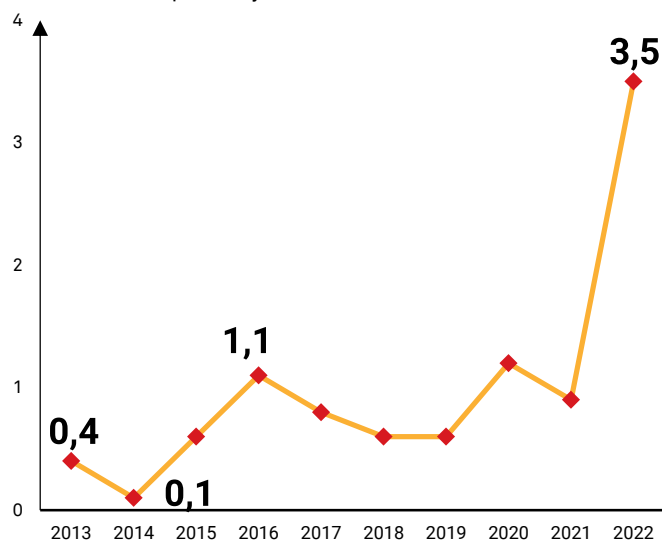
### Índice de Precios al Consumo del calzado de hombre en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



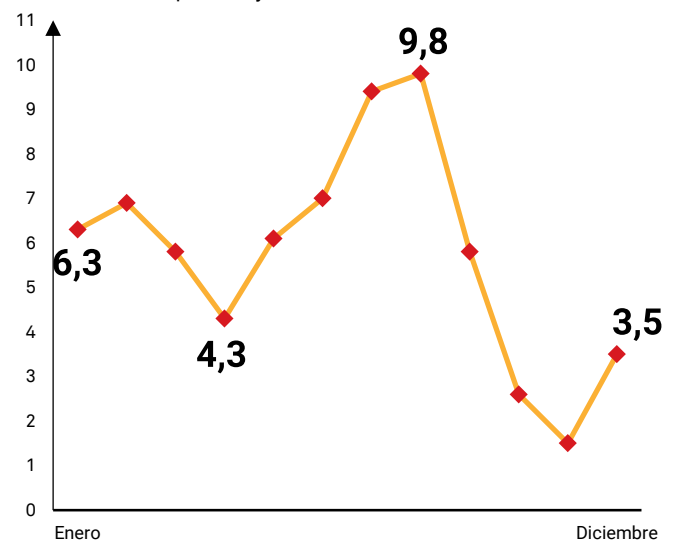
### Índice de Precios al Consumo del calzado de niño y bebé en España

Variación anual, en porcentaje



### Índice de Precios al Consumo del calzado de niño y bebé en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



Los precios a la exportación de los productos de calzado se mantuvieron también por debajo del alza general, con subidas del 1,5% y del 3,6%

moderándose hasta cerrar el año con un incremento del 14,9%.

Tal y como ocurrió con los precios al consumo en el calzado, la industria del sector se contagió solamente en parte de este entorno hiperinflacionista. De hecho, los precios industriales del sector de fabricación de calzado vivieron de espaldas a ello en el ejercicio 2021, con un aumento de precios de solamente el 0,8%, incluso inferior al de 2020, cuando cerraron con un alza moderada, del 1%.

Sin embargo, en 2022 las empresas industriales sí empezaron a repercutir en sus precios los efectos de la inflación, en particular a partir del segundo semestre del año. El ejercicio se cerró finalmente con un alza del 4,5%, el máximo desde 1990.

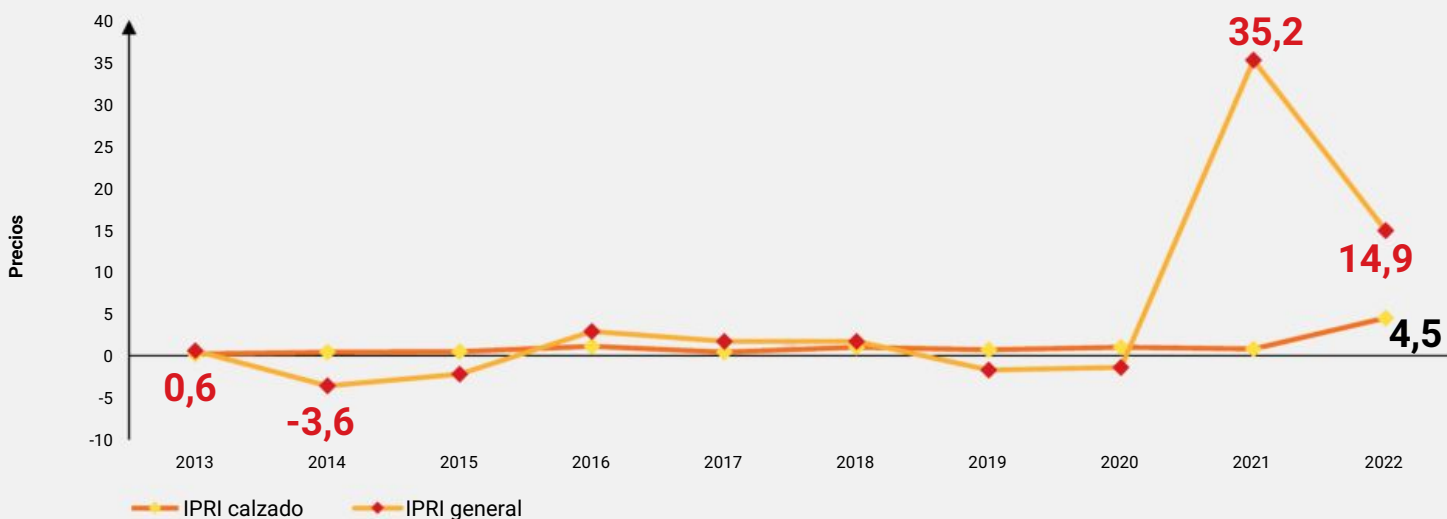
### Precios a la exportación y la importación

El Índice de Precios de Exportación (Iprex) es un indicador coyuntural del INE que mide la evolución mensual de los precios de los productos industriales fabricados en el mercado interior y vendidos en el mercado exterior. En los últimos años ha tenido un comportamiento similar al del Ipri, al que está muy ligado, con las mayores subidas desde el inicio de la serie estadística (en este caso, en 2005).

En 2021, el Iprex general registró un incremento anual histórico del 17,8%, tras haber cerrado el año precedente a la baja, con un abaratamiento de los productos industriales españoles destinados a la exportación del 0,7%. Asimismo, tal y como ocurrió con el Ipri, los precios a la exportación moderaron su es-

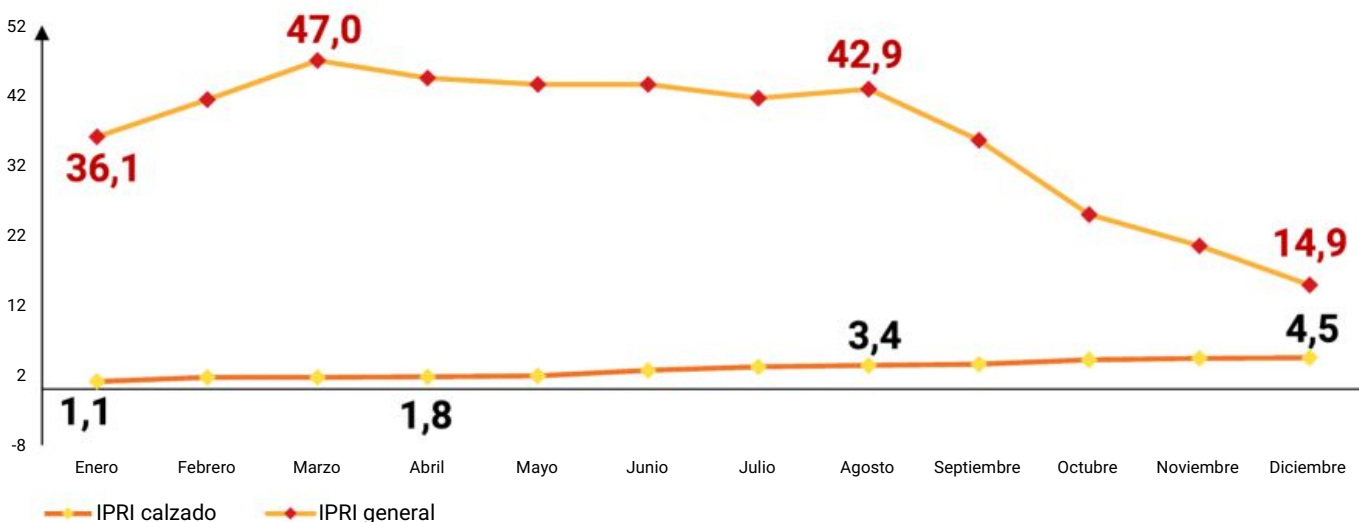
### Índice de Precios Industriales del calzado en España

Variación anual, en porcentaje



### Índice de Precios Industriales del calzado en España en 2022

Variación anual, en porcentaje



calada en 2022, hasta cerrar el año con una tasa de incremento del 8,2%.

En el caso del calzado, los precios a la exportación pasaron de caer un 0,7% en 2020 (igual que el Iprix general) a subir un 1,5% en 2021 y elevar su incremento hasta el 3,6% en 2022.

El incremento interanual máximo a lo largo de ese ejercicio no llegó hasta noviembre, cuando los productos industriales de calzado destinados a la exportación fueron un 5,4% más caros que en el mismo mes de un año antes.

En sentido contrario, el Índice de Precios de Importación (Iprim) mide los precios de los productos importados para ser vendidos en el mercado nacional. En este caso, el Iprim del conjunto de la industria situó en 2021 su subida récord en el 24,8%, después de que las im-

portaciones se hubieran abaratado un 7,9% en el año precedente. En 2022, la subida de precios de los productos importados se moderó hasta el 12,4%.

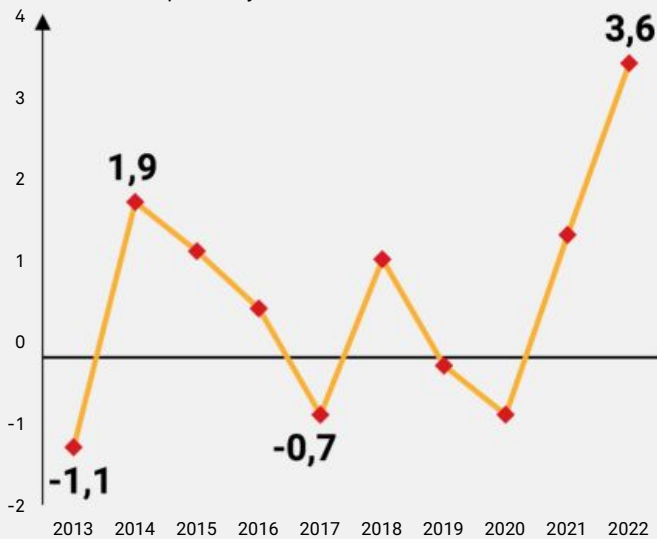
Sin llegar a estos niveles, la tendencia fue semejante en los precios de las importaciones de cuero y calzado (el indicador no ofrece una mayor desagregación sectorial). En 2020, los precios de las importaciones habían caído un 2,1% y pasaron a una subida del 2% en 2021. En este caso, la inflación se aceleró en 2022, con un alza de los costes de las importaciones del cuero y el calzado del 4%.

En este caso no se trata de la mayor subida de la serie: en los ejercicios 2014 y 2015, las importaciones españolas de calzado se encarecieron a ritmos del 4,9% y del 5,5%, respectivamente.

**Las importaciones de cuero y calzado se encarecieron un 2% en 2021 y duplicaron el ritmo en 2022, con una subida de precios del 4%**

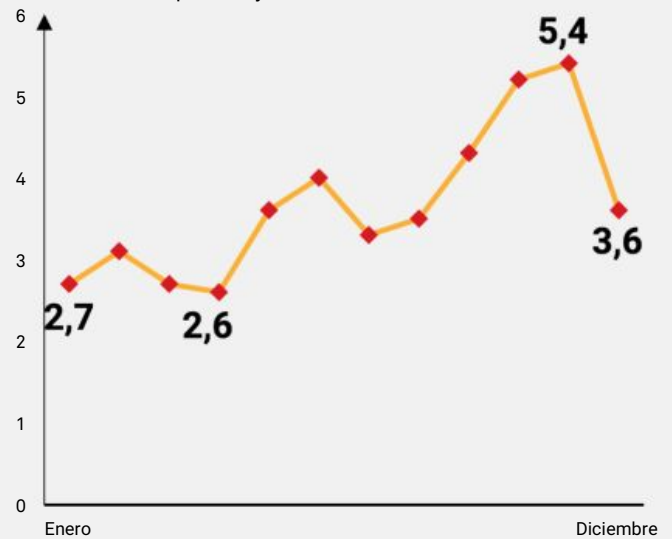
**Índice de Precios de Exportación del calzado en España**

Variación anual, en porcentaje



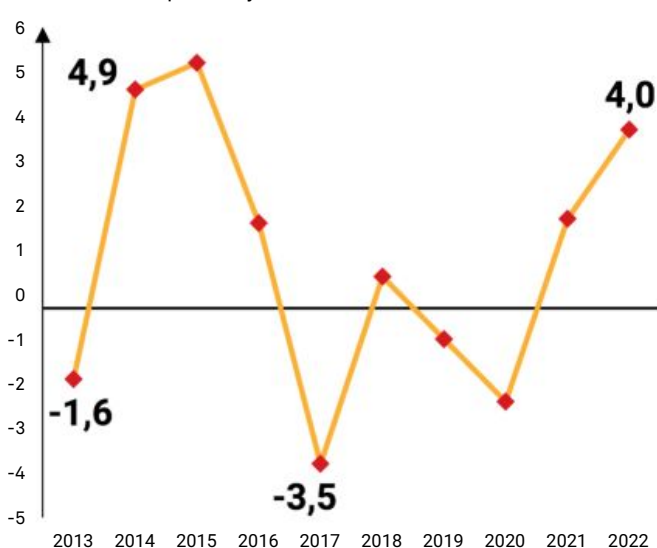
**Índice de Precios de Exportación del calzado en España en 2022**

Variación anual, en porcentaje



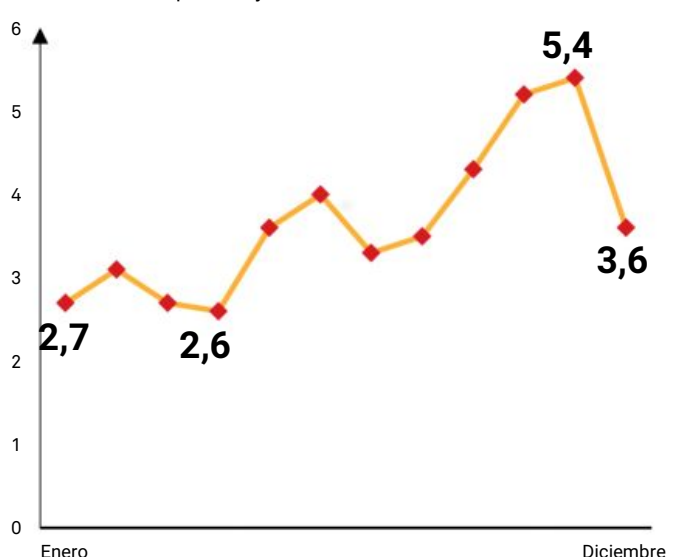
**Índice de Precios de Importación de de cuero y calzado en España**

Variación anual, en porcentaje



**Índice de Precios de Importación de cuero y calzado en España en 2022**

Variación anual, en porcentaje



# La exportación rebasa los 3.000 millones

Desde el inicio de la Gran Recesión, las exportaciones del sector español del calzado ha tenido varios altibajos. No obstante, las ventas del sector al exterior han salido disparadas de la pandemia con incrementos históricos, que permiten alcanzar una nueva cota máxima situada en 3.057,8 millones de euros. Europa es, con mucho, el principal mercado del sector, seguida de América del Norte y Asia.



Mercado exterior

Las exportaciones españolas de bienes marcaron un nuevo máximo histórico en 2022, alcanzando los 389.209 millones de euros. Esta cifra supone un crecimiento de cerca del 23% respecto a 2021. Gracias a este fuerte aumento de las ventas españolas al extranjero, el sector exterior aportó casi la mitad del crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) del país en 2022, con una contribución de 2,6 puntos porcentuales. Sin embargo, las importaciones se incrementaron aún más: se elevaron un 33,4% y alcanzaron los 457.321 millones de euros. Esto hizo que el déficit comercial de España se

incrementara hasta los 68.112 millones de euros y que la tasa de cobertura bajara del 90,9% de 2021 a un 85,1% en 2022. ¿Cuáles son los principales socios de España? Con más de 60.000 millones de euros exportados al país, Francia es con diferencia el principal destino de las ventas españolas de bienes en el exterior, seguido de Alemania, Portugal, Italia y Bélgica. Por su parte, China es el principal país de origen de las importaciones españolas, con casi 50.000 millones de euros en 2022, seguido de Alemania, Francia y Estados Unidos.

## El sector español del calzado también logró un récord en unidades vendidas al extranjero, con 158,8 millones de pares exportados

Los mercados internacionales se mantienen como principal vector del crecimiento de la industria del calzado en España. Con un mercado local caracterizado por la contracción de los gastos de moda en la cesta de la compra, las ventas de las empresas de calzado al extranjero han mantenido un fuerte dinamismo en los mercados en las últimas décadas y se han recuperado con claridad tras el impacto de la pandemia.

Tanto que, en el ejercicio 2022, las exportaciones españolas de calzado rebasaron por primera vez la barrera de los 3.000 millones de euros, desde los menos de 2.700 millones de euros que se habían alcanzado antes del impacto del Covid-19. Más unidades vendidas y a un precio más elevado explican este excelente desempeño del sector en el exterior.

Según datos difundidos por Ices España Exportación e Inversiones a través de información aportada por el Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria de España, las ventas de calzado al extranjero alcanzaron en 2022 un valor total de 3.057,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 20,3% en comparación con el año anterior. Respecto a 2020, el incremento es del 35,5%, y en relación con 2019, el último año tras el impacto de la pandemia, del 13,9%.

Desde comienzos del presente siglo, las exportaciones de calzado han tenido algunos momentos de altibajo. El primer traspie se dio en 2003, 2004 y 2005, cuando, tras superar los 2.100 millones en ventas al exterior, las exportaciones se redujeron hasta el 1.647 millones de euros.

En 2007 las ventas todavía no habían recuperado los 2.000 millones cuando se sucedieron dos años malos, 2008 y 2009, pero en 2010 se inició un ciclo de cinco años de crecimiento ininterrumpido. En 2015 se alcanzó el anterior máximo histórico hasta la fecha, con ventas al exterior por 2.934 millones de euros.

De 2016 a 2019 se sucedieron bajadas y subidas de año en año, hasta que la pandemia borró en solo un año el 15,8% del valor de las exportaciones del sector. Ahora bien, tras la crisis, en 2021 las ventas al exterior cogieron velocidad, con un incremento en 2022 que es el más alto en términos relativos en lo que va de siglo: en sólo un año las ventas del calzado español en el exterior subieron en más de 550 millones de euros.

Con 158,8 millones de pares vendidos al exterior, las exportaciones en volumen también alcanzaron en 2022 un nuevo récord histórico, aunque lo hicieron por poco. En 2014, el sector del calzado había vendido 154 millones de pares en el exterior y en 2019 alcanzó los 155,7 millones.

De hecho, la subida en las exportaciones en unidades en 2022, del 6,1%, es netamente inferior a la que se dio en términos de valor de los productos vendidos.

Esto se explica por el incremento del valor medio de los productos, con un salto adelante en 2022 del 15% en el valor medio de los productos exportados, hasta 19,26 euros por par, en comparación con el año precedente, cuando este ratio alcanzó su mínimo desde 2012. A pesar de esta en la franja alta, el valor medio de los pares exportados en 2022 no es el más elevado de la serie histórica: le

# 20%

Las exportaciones españolas de calzado subieron un 20,3% en 2022 en comparación con el año anterior y acumulan un alza del 35,5% frente a 2020.

## Las exportaciones de calzado hicieron pleno en 2022, subiendo todos los meses del año y, en diez de ellos, a ritmos de doble dígito

supera el dato de 2015, cuando el par de zapatos se vendían al exterior por una media de 19,29 euros el par.

### Año al alza 'non-stop'

El sector español del calzado tuvo un primer semestre brillante y un segundo semestre espectacular en términos de exportaciones, con un saldo de doce meses sobre doce en positivo en comparación interanual con el año anterior. En diez de los doce meses del ejercicio, las ventas subieron a ritmos de doble dígito.

En enero y febrero, las ventas al extranjero se elevaron a ritmos del 18,6% y 18,9%, respectivamente, para registrar una subida de sólo el 8,6% en marzo, en comparación con el mismo mes de 2021. En abril y mayo

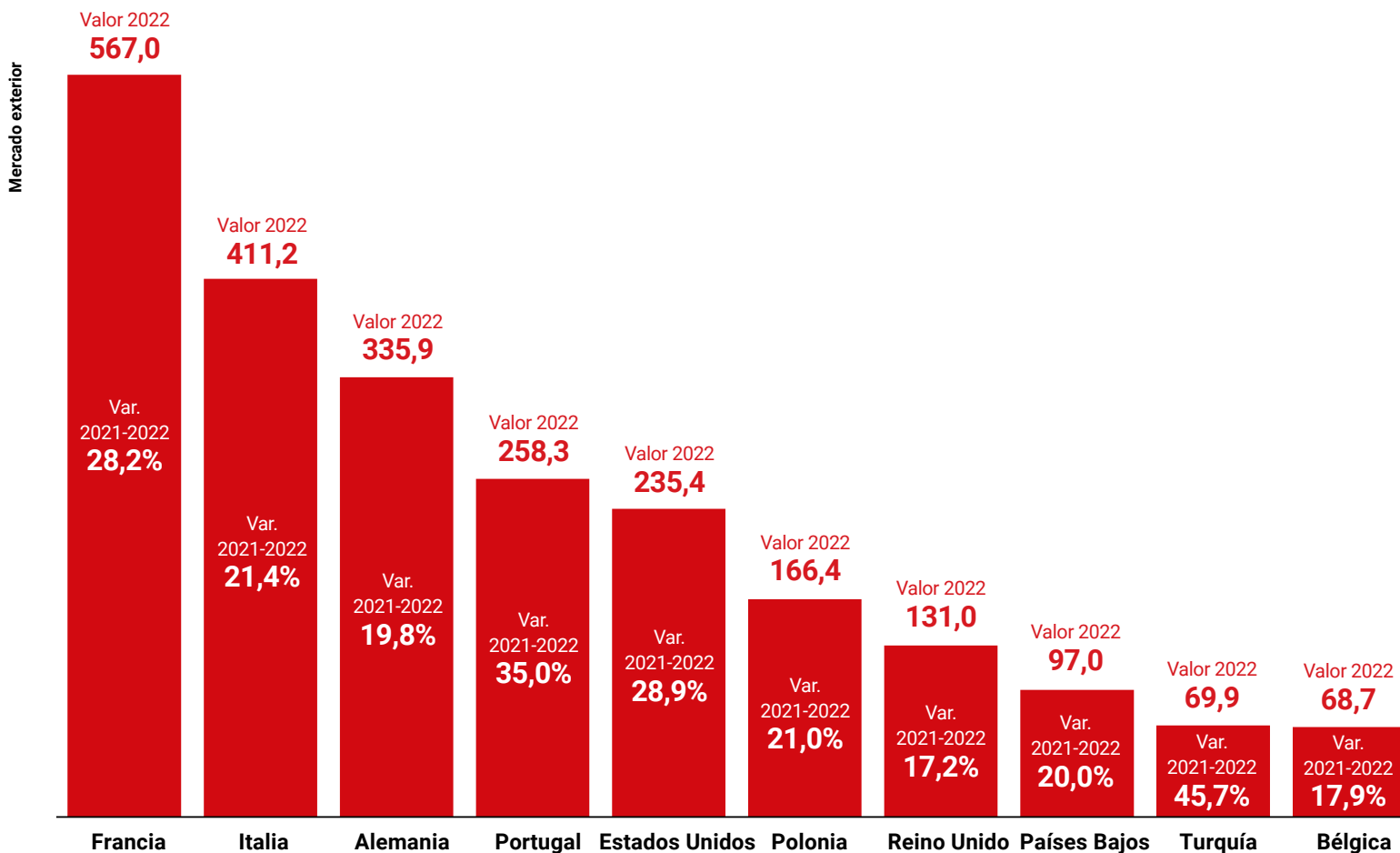
se volvió a los aumentos a doble dígito, del 17,2% y del 26,5%, respectivamente, pero en junio se obtuvo el peor registro del año con una subida del 3,6%.

El calzado español se aceleró en verano, con un aumento de sus ventas al extranjero del 14,4% en julio, del 21% en agosto (un mes ni mucho menos inhábil para el sector) y del 50,4% en septiembre, el mejor mes del ejercicio con diferencia. Las exportaciones se mantuvieron dinámicas en el último trimestre del año, con subidas sucesivas del 28%, del 19,1% y del 18,1%.

El aumento del valor de los productos exportados estuvo impulsado por el mayor número de unidades vendidas y, especialmente en el segundo semestre, por su valor unitario. Desde agosto, el par de calzado vendido por las empresas españolas en el extranjero se mantuvo

### Exportaciones españolas de calzado, por países, en 2022

Valor total, en millones de euros. Variación anual, en porcentaje



por encima de los veinte euros, con un pico en noviembre, situado en 22,34 euros el par.

### Europa y el resto

Europa es, con mucha diferencia, la región donde más peso tienen las exportaciones españolas de calzado: ocho de cada diez euros obtenidos en 2022 a través de las exportaciones provino del continente europeo.

A lo largo del año las ventas se incrementaron a doble dígito sin excepción en los cuatro principales países de destino del sector español en el exterior, los cuatro europeos: en Francia, las ventas se elevaron un 28,2%, hasta 567 millones de euros; en Italia se alcanzaron los 411 millones, tras un alza del 21,4%; en Alemania se llegó a 335,9 millones de euros, un 19,8% más, y las ventas a Portu-

gal se dispararon un 35%, hasta 258,3 millones de euros.

Un mercado europeo emergente como Polonia (sexto mayor cliente para el sector) mantuvo el dinamismo en 2022, con un alza de las compras de calzado español del 21%, mientras que Reino Unido mantuvo su demanda al alza a pesar del Brexit y las disrupciones en su economía: las exportaciones de calzado al país se elevaron un 17,2%.

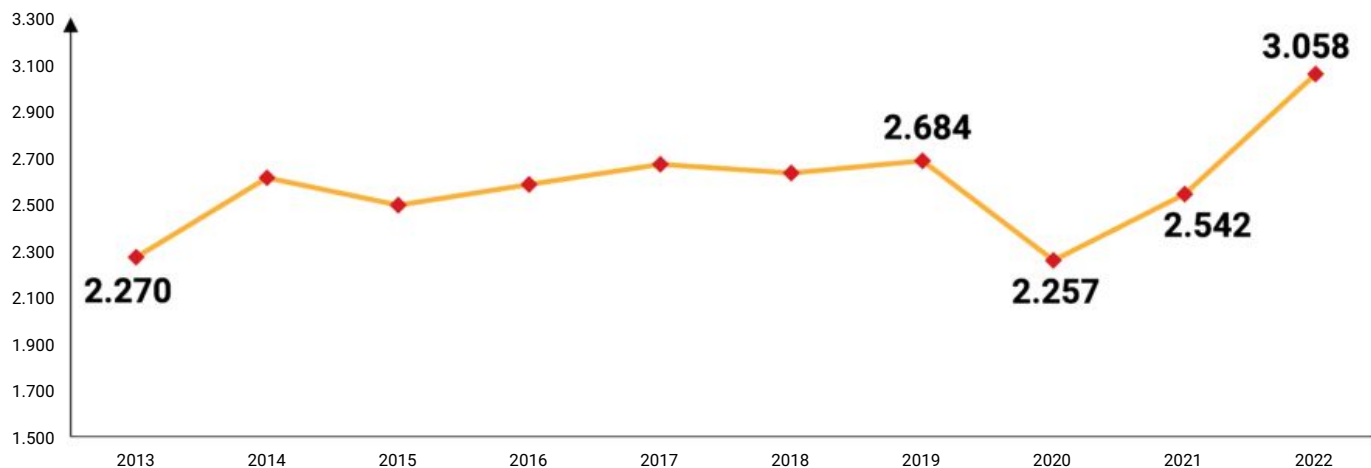
Países Bajos, Bélgica, Grecia, Irlanda, Suiza, Suecia, Rumanía y Austria son los otros países europeos (de dentro y fuera de la UE) que forman parte del *top 20* de los clientes del calzado español en el exterior. Las subidas fueron a todos ellos a ritmos de doble dígito, con casos particularmente llamativos como el de Irlanda, con una subida del 58%, hasta 28,9 millones de euros.

**Francia, Italia, Alemania y Portugal, los cuatro primeros clientes del calzado español en el exterior, elevaron su demanda por encima del 10%**



### Exportaciones de calzado de España, en valor

En millones de euros



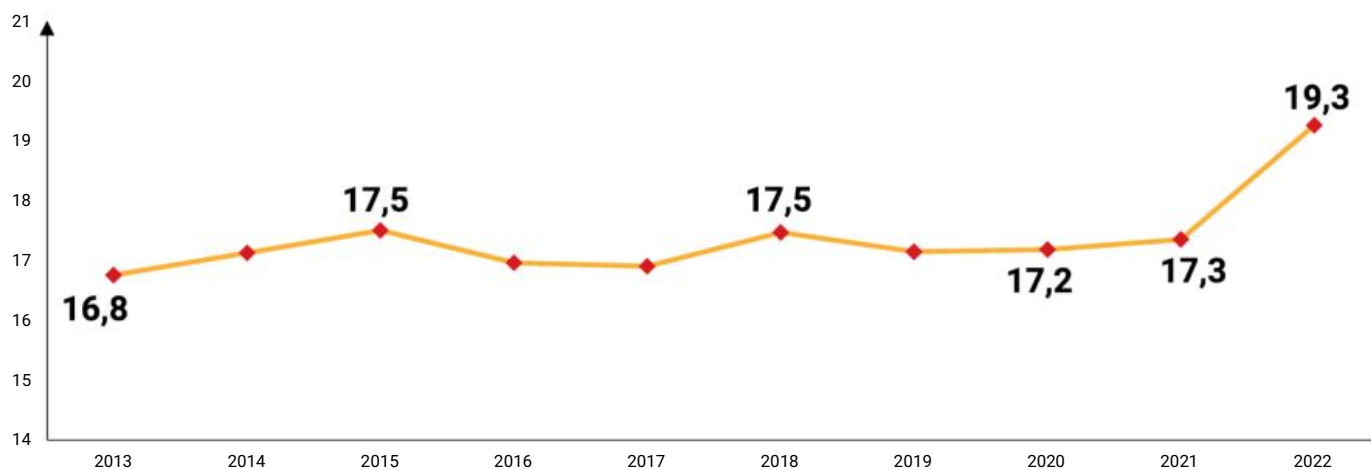
### Exportaciones de calzado de España, en unidades

En millones de pares



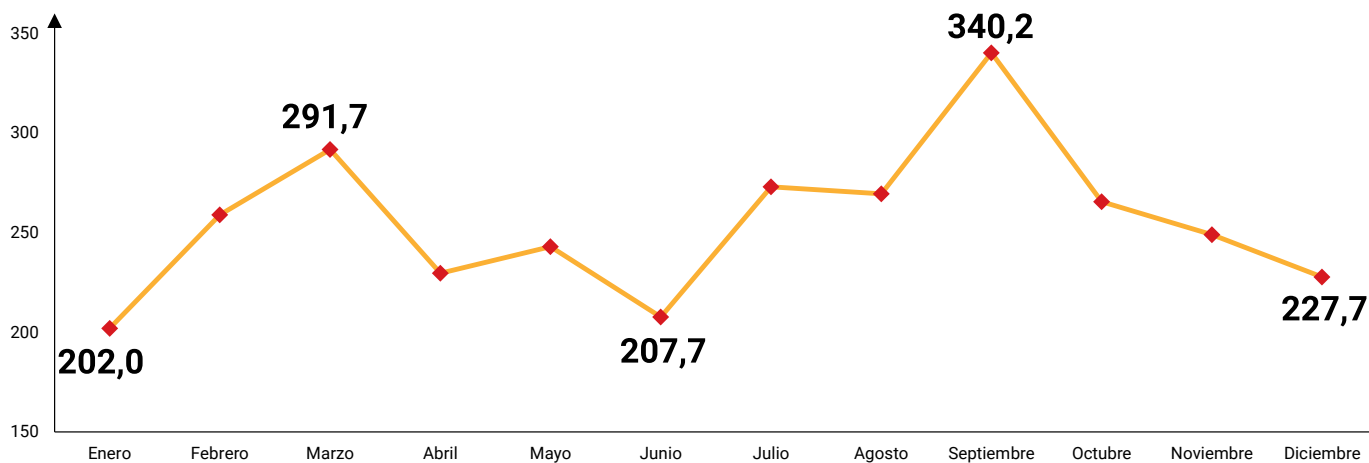
### Valor medio de las exportaciones de calzado de España

En euros por par



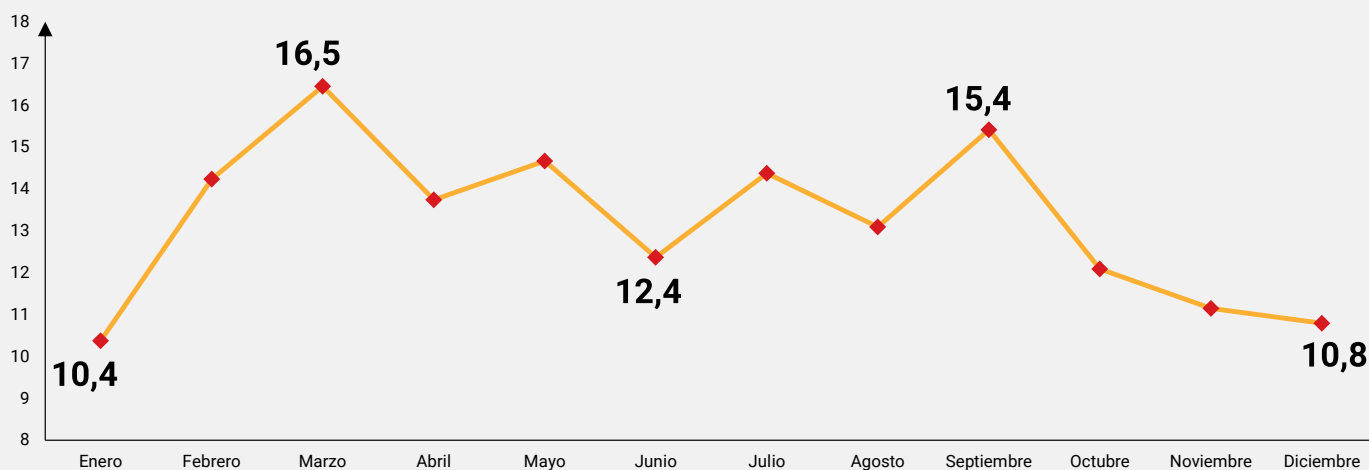
### Exportaciones de calzado de España, en valor, en 2022

En millones de euros



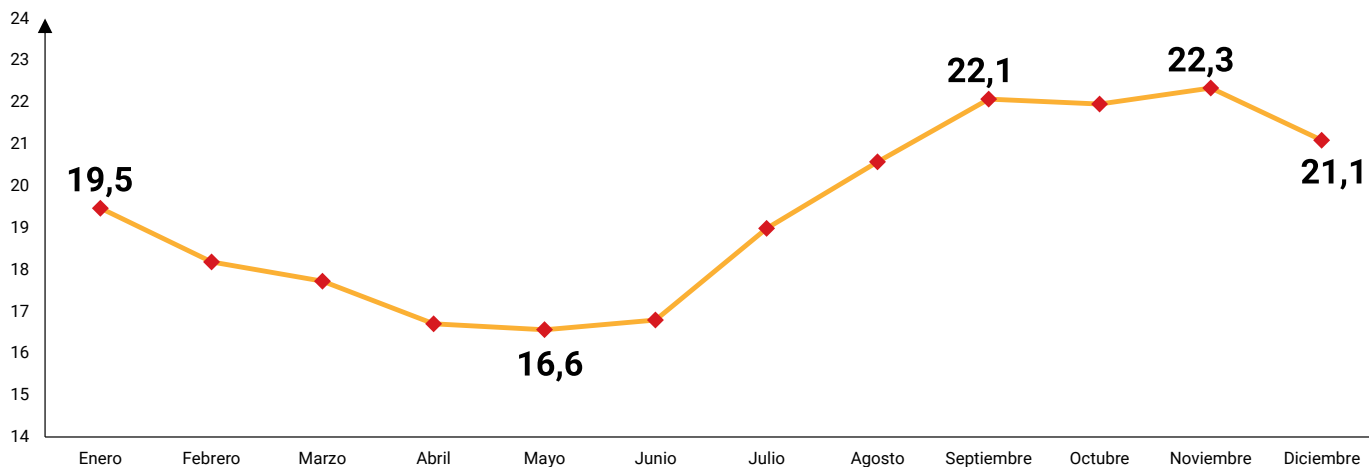
### Exportaciones de calzado de España, en volumen, en 2022

En millones de pares



### Valor medio de las exportaciones de calzado de España, en 2022

En euros por par



## El calzado de piel concentró en 2022 el 47,5% de las exportaciones en valor del sector, pero sólo el 24,7% de las unidades vendidas

Tras Europa, América del Norte y Caribe es la segunda región más importante para las exportaciones españolas de calzado, con Estados Unidos a la cabeza. En 2022, las exportaciones a la región lideraron las subidas con un incremento del 89,7%, hasta 328,1 millones de euros, el 10,7% del total.

Norteamérica resulta estatégica para el calzado español por liderar el crecimiento de las ventas, pero también porque es el territorio donde el par de zapatos *made in Spain* se vende más caro. En 2022, el importe medio de las exportaciones a la región se situó en 36,77 euros, casi el doble que la media.

Estados Unidos, México y Canadá son, por este orden, los tres principales mercados del calzado español en la región y los únicos tres países americanos que se cuelan en el *top 20* de países donde más exporta el sector del calzado. El mercado estadounidense concentra el 71,8% de las exportaciones españolas a la región norteamericana, con un volumen de 235,4 millones de euros en 2022, un 28,9% más que en 2021. En volumen, las exportaciones españolas al país ascendieron en 2022 un 6,6%, hasta 5,6 millones de pares, con un valor medio de 42,2 euros (el más alto entre los diez principales clientes de la moda española en el exterior).

En el caso de México, único país latinoamericano con una posición destacada entre los clientes del calzado español en el exterior, las ventas al país alcanzaron un valor conjunto de 40,9 millones de euros en 2022, un 23,3% más que en el ejercicio anterior. En número de pares, las exportaciones subieron un 7,6%, hasta 1,4 millones de unidades, y el valor medio se situó en 29,7 euros.

Canadá se sitúa en la siguiente posición del ranking de países, con compras de calzado español por 33,6 millones de euros en 2022, un 37,5% más, y 1,1 millones de pares, un 29,9% más. En promedio, los pares exportados a Canadá tuvieron un valor de 30,9 euros.

Tras Europa y América del Norte y Caribe, Asia es la tercera región más importante para las exportaciones españolas del sector del calzado. Con ventas de calzado desde España por 201 millones de euros, la región tuvo un comportamiento singular durante el ejercicio, siendo la única junto a la poco rele-

vante Oceanía donde las ventas de las empresas españolas de calzado se redujeron.

En particular, el valor de las exportaciones a Asia cayó un 8,9% y el volumen, un 1%, situándose el importe medio en 35,09 euros. El mercado más importante de Asia, China, fue el único fiasco de 2022 para las empresas españolas de calzado, al menos entre los veinte países más importantes para el sector. El gigante compró productos de calzado a España por 52,9 millones de euros, un 38,4% menos que en el año anterior. En número de unidades, la caída fue similar, del 38,3%, hasta 0,6 millones de pares.

El tipo de calzado exportado a China es singular: con diferencia, es el país que compra productos de mayor valor, con una media de 87,6 euros por par.

### Exportaciones por tipo de calzado

¿Qué tipo de calzado exporta España? Con datos de 2022, los productos de piel son los más importantes en la ventas del sector al exterior, concentrando el 47,5% del valor total, pero sólo el 24,7% de los pares por su elevado valor unitario.

El calzado textil es la segunda categoría más importante en las exportaciones, con un 24,6% del valor total de las ventas del sector al exterior en 2022. En número de unidades, las exportaciones de este tipo de calzado alcanzaron el 32% del total.

En tercer lugar, el calzado de caucho o plástico es el tercero más importante en valor y el segundo en volumen. Con datos de 2022, las ventas de este tipo de calzado alcanzaron el 24,3% del valor total y el 37,7% de los pares vendidos al extranjero.

Por segmentos más concretos, el segmento más importante en las exportaciones en valor es el calzado de cuero para mujer, con el 30,5% del valor total. El valor conjunto de las exportaciones de estos productos en 2022 alcanzó 932 millones de euros, un 14,1% más que en el ejercicio anterior.

Las ventas al extranjero del calzado de cuero para hombre, por su parte, subieron en 2022 un 24,5%, hasta 344 millones de euros, que equivalen al 11,2% de las exportaciones totales de calzado en valor. Por su parte, las exportaciones de

---

**Como ocurre con otros indicadores clave para el sector, la Comunidad Valenciana es con diferencia la más importante para las exportaciones españolas de calzado: en 2022 exportó calzado por valor de 1.251,5 millones de euros, el 40,9% del total nacional**

calzado infantil fabricado en piel subieron un 9,9%, hasta 178 millones de euros (el 5,8% de las exportaciones totales del sector).

En la categoría de calzado de caucho y plástico, el valor en 2022 alcanzó los 744 millones de euros en el que supuso un nuevo máximo histórico para la categoría, tras un aumento del 24,6% en comparación con el ejercicio precedente. También fueron récord las exportaciones de calzado de textil, con un valor conjunto de 753 millones de euros y una subida aún más acusada, del 33,6% en comparación con 2021.

La única bajada en las exportaciones de 2022 correspondió al calzado con piso de madera, con un valor conjunto de sólo 21 millones de euros y una caída de 32,4% en comparación con el año anterior.

Por último, los otros tipos de calzado alcanzaron exportaciones por 86 millones de euros, con un alza del 42,9% en comparación con el ejercicio anterior.

Los calzados fabricados en cuero son los que lideran el valor medio de las exportaciones. Con datos de 2022, el valor unitario más alto correspondió al calzado de piel de mujer, con 39,56 euros por unidad; seguido del calzado de hombre fabricado en piel, con 38,94 euros, y el calzado de piel para niño, con 26,12 euros el par.

El valor medio por unidad de las exportaciones de calzado textil se situó en 2022 en 14,82 euros; el calzado con piso de madera, en 13,18 euros; el calzado de caucho o plástico, en 12,44 euros, y los otros tipos de calzado, en 11,64 euros.

### Comunidad Valenciana lidera

Como ocurre en muchos otros indicadores clave sobre la actividad del sector del calzado en España, la Comunidad Valenciana ocupa una destacada primera posición entre las comunidades autónomas más exportadoras de productos de esta industria. En 2022, las exportaciones salidas desde la región coparon 1.251,5 millones de euros, lo que equivale al 40,9% del total nacional, y 57,7 millones de pares, el 36,4% del total.

El ejercicio fue positivo para las exportaciones de la región, aunque el incremento se quedó por debajo del registrado por el conjunto del país, con un alza del 17,4% en valor y del 5,7% en volumen.

Tras la Comunidad Valenciana, Cataluña y Galicia son las únicas autonomías que concentran más del 10% de las exportaciones españolas del negocio del calzado. La comunidad gallega alcanzó exportaciones de calzado en 2022 por 438,1 millones de euros (el 14,3% del valor total) y 27,7 millones de pares (el 17,5% del total nacional), con subidas en comparación con al año anterior del 24,7% y el 15%, respectivamente.

## México es el único país latinoamericano con una posición destacada entre los clientes del calzado español en el exterior: las ventas al país alcanzaron un valor conjunto de 40,9 millones de euros en 2022, un 23,3% más que en el ejercicio anterior

### Los mercados que más tiraron

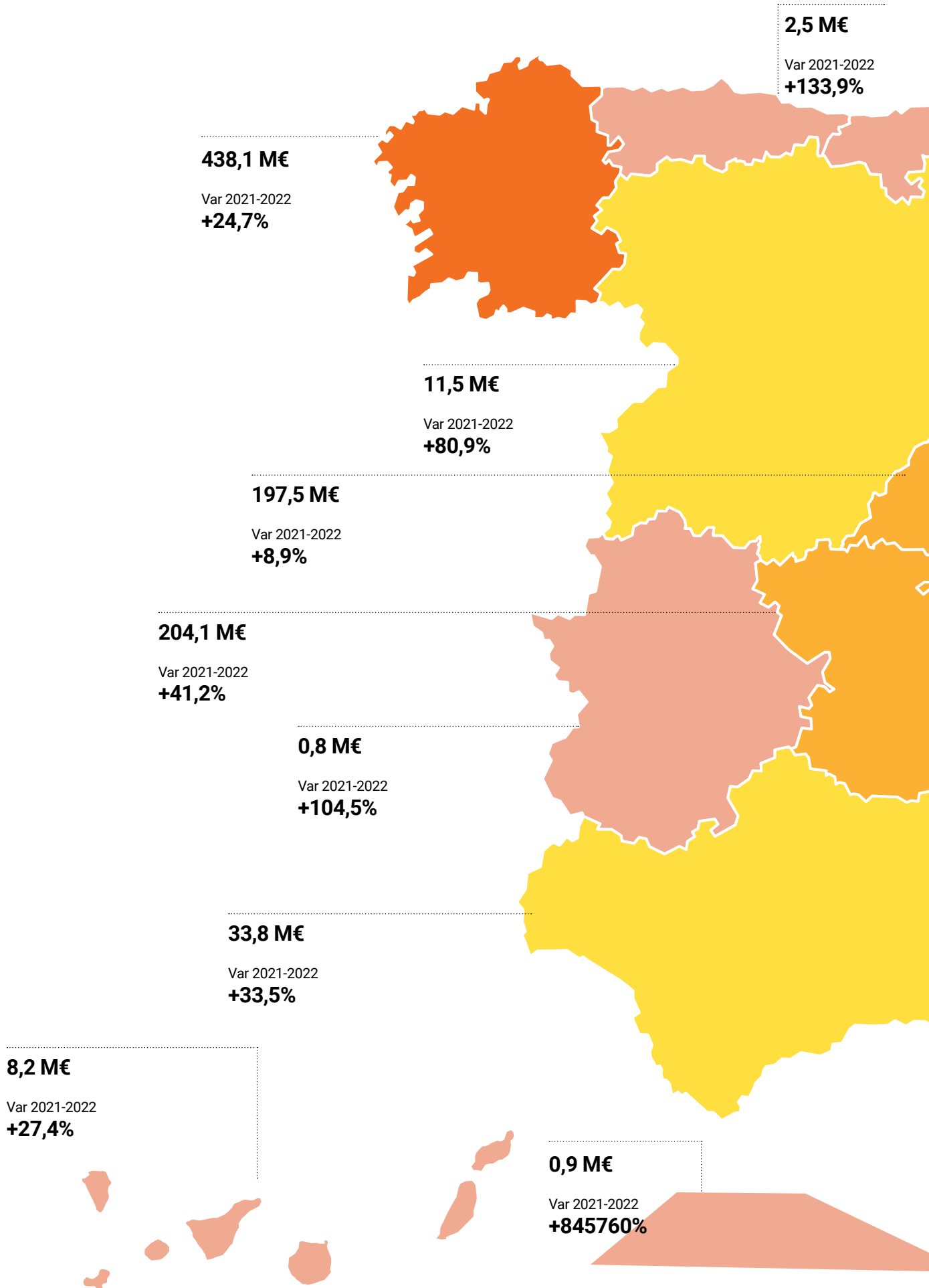
Salvo China, en 2022 no hubo prácticamente mercado malo para los exportadores españoles de calzado. Pero, entre el resto, hubo mercados mejores que otros. Es el caso de Turquía, que elevó un 45,7% sus compras de calzado a España hasta situarse como el noveno principal cliente exterior del sector. Irlanda disparó su demanda un 58% y se convirtió en el decimosexto mejor cliente del sector.

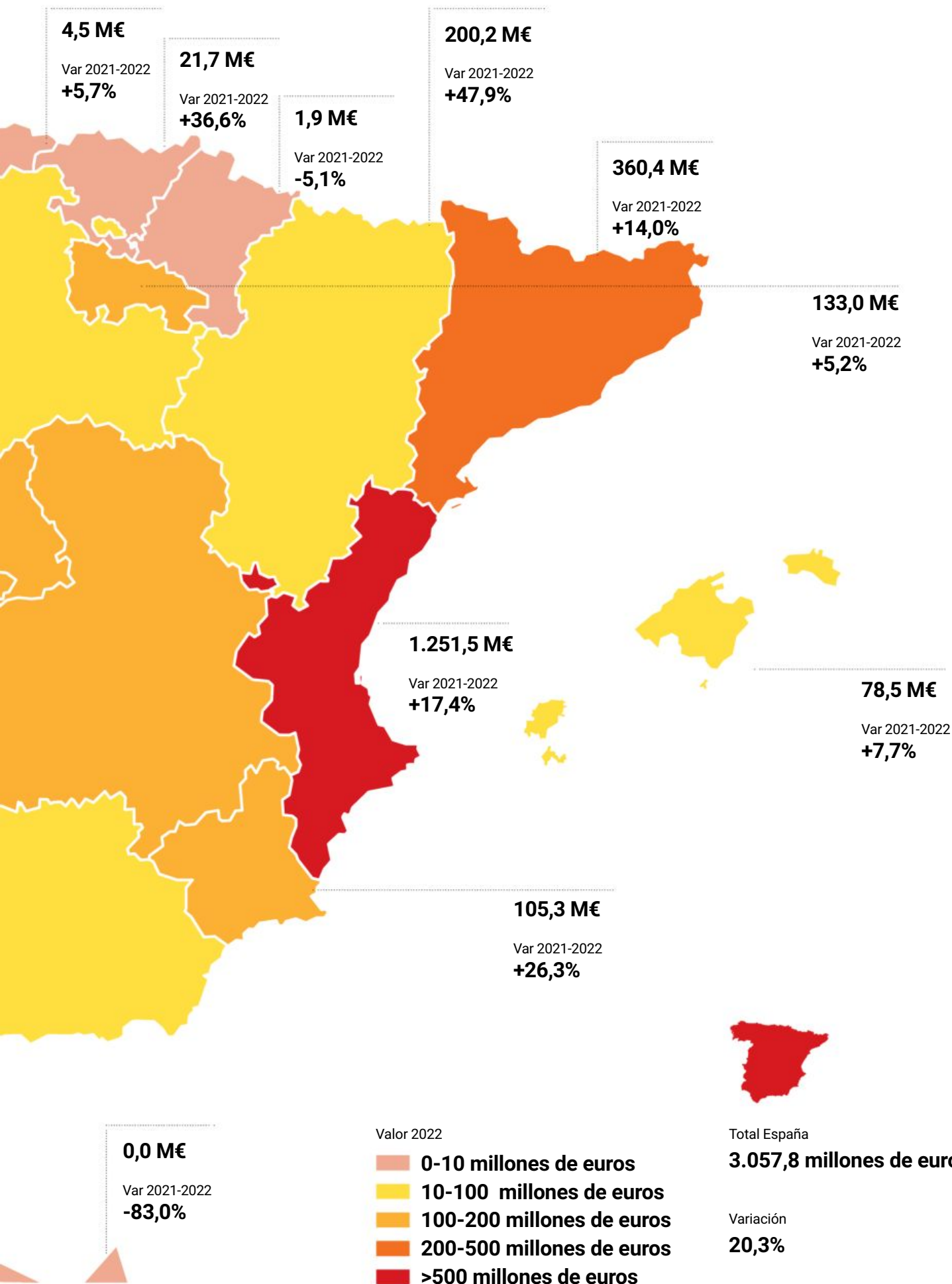


## Exportaciones españolas de calzado, por comunidades autónomas, en 2022

Valor total, en millones de euros. Variación anual, en porcentaje

Mercado exterior





## Castilla y León exportó en 2022 por valor de sólo 11,5 millones de euros, pero destaca por ser la autonomía con un importe medio por par más elevado

Por su parte, Cataluña exportó calzado por 360,4 millones de euros en 2022 (el 11,8% del total), un 14% más que en 2021. En unidades, las ventas al exterior alcanzaron los 22,1 millones de pares (el 13,9% del total), con una caída del 6,1% con respecto al año anterior.

La cuarta comunidad más relevante en las exportaciones de calzado en 2022 es Castilla-La Mancha, con ventas al exterior de estos productos por 204,1 millones de euros (un 41,2% más). Les siguen Aragón, con 200,2 millones de euros en exportaciones (un 47,9% más); Comunidad de Madrid, con 197,5 millones de euros (un 8,9% más); La Rioja, con 133 millones de euros (un 5,2% más); Región de Murcia, con 103 millones de euros (un 26,3% más), y Baleares, con exportaciones de 78,5 millones de euros y un in-

cremento del 7,7% en comparación con el ejercicio precedente.

### Valor medio por comunidad

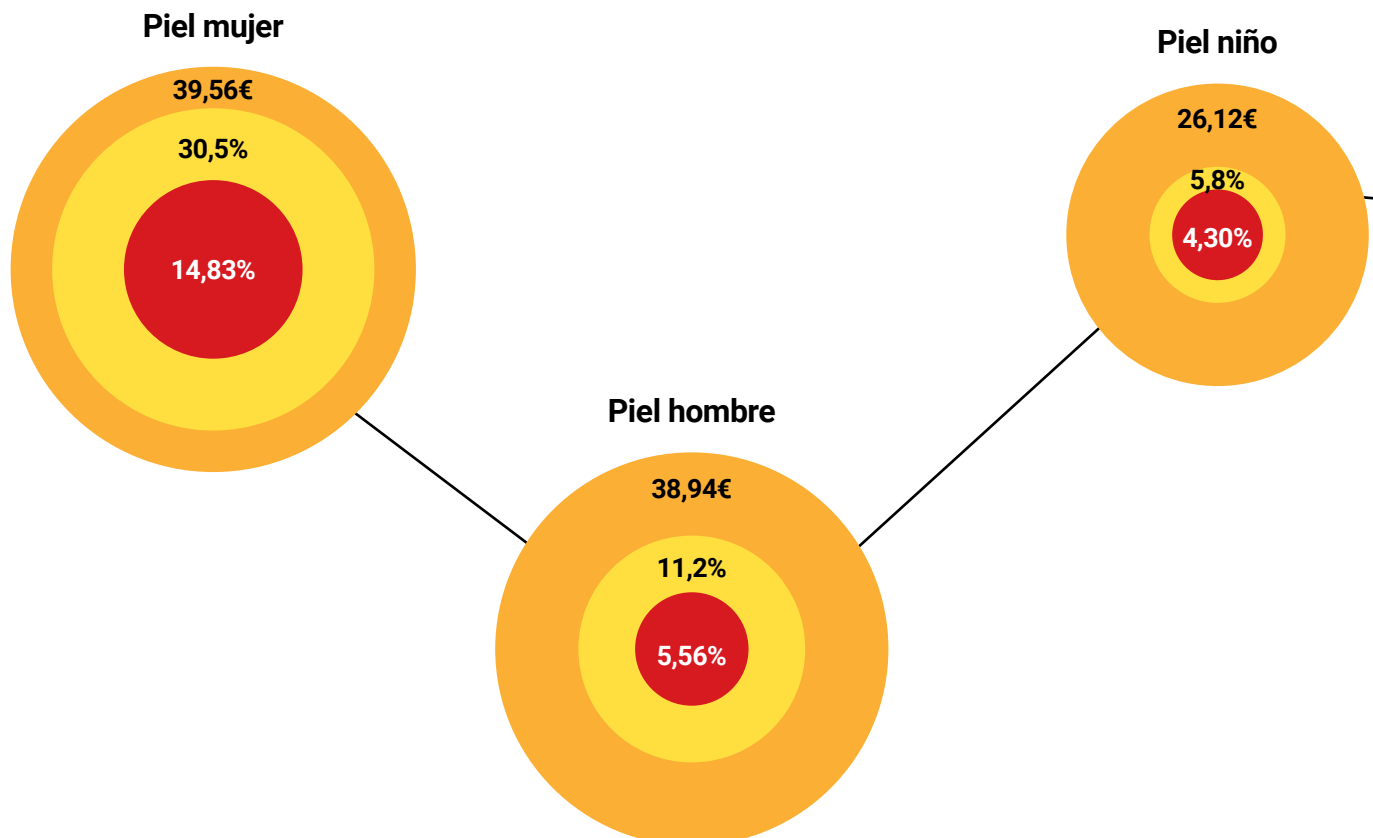
Con un volumen pequeño de exportaciones de calzado, de sólo 11,5 millones de euros en 2022, Castilla y León tiene una posición destacada entre las comunidades autónomas: es la que obtiene un valor más alto de los pares exportados, que en 2022 alcanzaron una media de 65,7 euros.

El segundo valor medio por par más elevado corresponde a Baleares, con una media de 43,2 euros por par, y el tercero a Comunidad de Madrid, con 31,6 euros por unidad.

Por otro lado, el par exportado más barato corresponde a Región de Murcia, con 11

### Exportaciones españolas de calzado, por categorías, en 2022

Valor y unidades, en porcentaje sobre el total. Importe medio, en euros



euros por unidad. También son bajos los importes medios de los pares exportados en Andalucía (11,9 euros), y se sitúan asimismo por debajo de la media entre algunas de las autonomías más importantes para el sector: Cataluña, con una media de 16,3 euros, Galicia, con 15,8 euros el par, y Aragón, con 15 euros el par.

#### Importaciones, también de récord

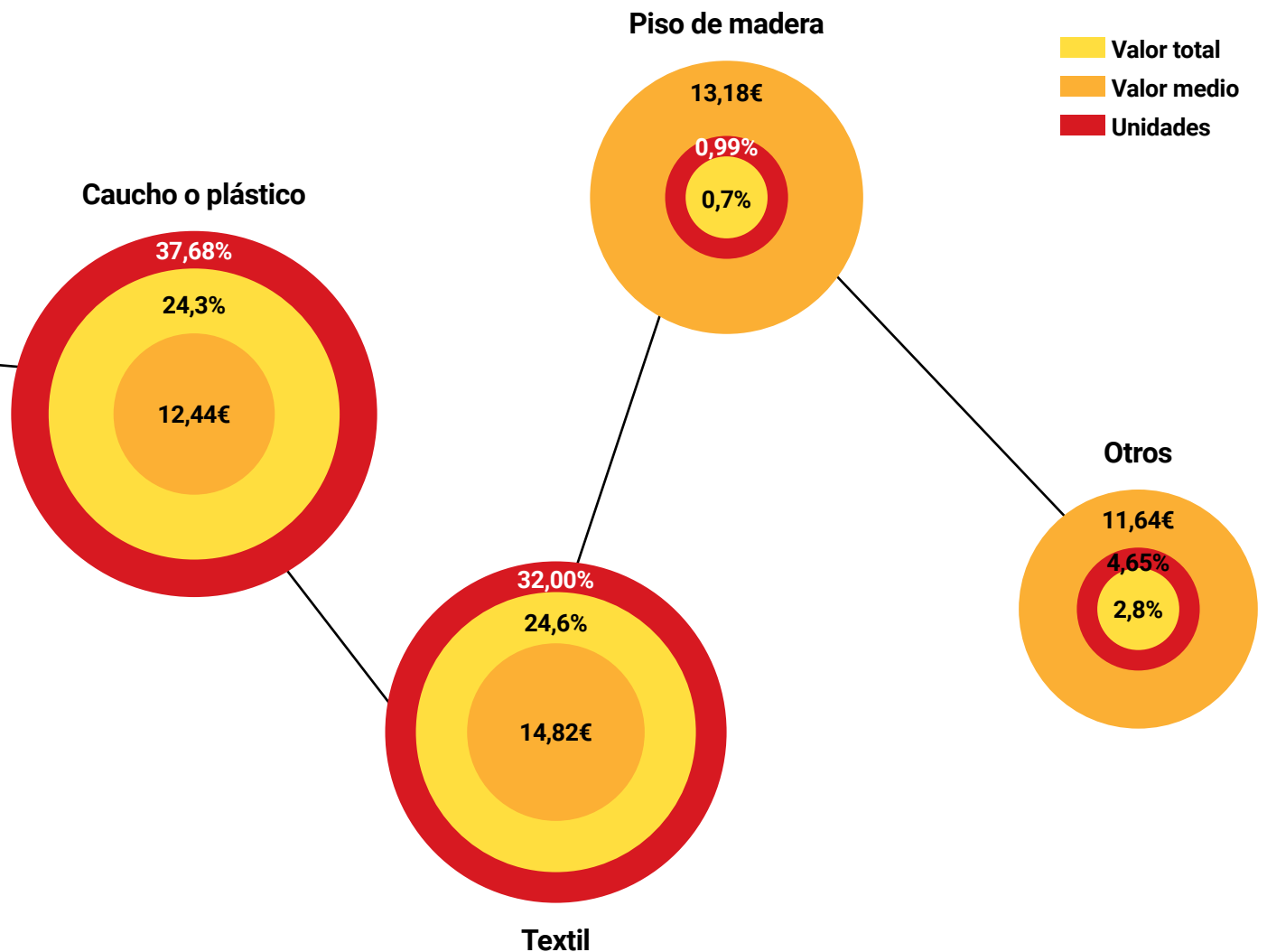
Si 2022 fue un año de récord para las exportaciones, lo mismo ocurrió con las importaciones: el país compró productos de calzado al exterior por 4.529 millones de euros, el valor más alto hasta la fecha.

De hecho, las importaciones españolas de calzado batieron en 2022 por primera vez la

barrera de los 4.000 millones de euros, con un salto respecto al ejercicio precedente muy significativo tanto en términos relativos como absolutos. En comparación con 2021, las importaciones de calzado subieron un 39,8% y se situaron un 66,5% por encima de 2020, el año del estallido de la pandemia en España. En términos absolutos, las importaciones crecieron en un solo año en 1.290 millones de euros en 2022, acumulado una subida de 1.808 millones de euros desde 2020.

En comparación con 2019, último año antes de la llegada del Covid-19, las importaciones también se situaron en 2022 claramente por encima. En concreto, las compras del exterior de este tipo de producto fueron en 2022 un 35% más altas que antes del estallido de la pandemia.

**Las importaciones registraron también un récord, situado en 4.529 millones de euros, tras subir en casi 1.300 millones en sólo un año**



## China ha recuperado terreno perdido y vuelve a concentrar el 36,5% del calzado importado por España en valor en el ejercicio 2022

### Más dependencia de China

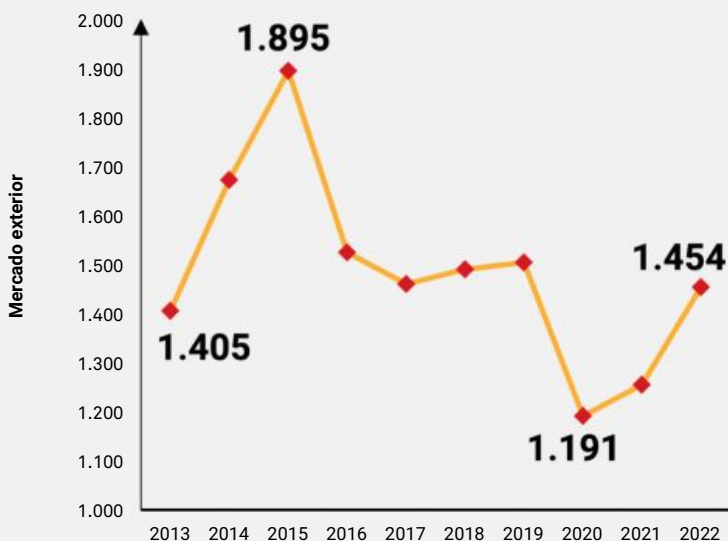
China fue en 2022 la única gran decepción para las exportaciones españolas de calzado, mientras que por otro lado aumentó su importancia como proveedor de calzado al país.

Las importaciones de calzado procedentes del gigante asiático alcanzaron en 2022 un valor de 1.652,6 millones de euros, un 65,5% más que en el ejercicio anterior. El país, que viene siendo desde hace décadas el principal proveedor de calzado de España, elevó en un solo año del 30,8% al 36,5% su cuota en el conjunto de importaciones españolas del sector. Las importaciones procedentes de China se caracterizan por un valor unitario bajo, de sólo 8,4 euros el par.

El país, que tiene un protagonismo aún mayor como proveedor de otros segmentos del negocio de la moda, copaba hasta 2012 más del 40% de las importaciones españolas de calzado. En los años siguientes, España fue reduciendo su dependencia del calzado procedente de China, hasta tocar suelo en 2018, cuando las importaciones de estos productos desde el gigante asiático sólo alcanzaron el 31,8% del total.

La pandemia y las disrupciones en las cadenas de suministro, con una afectación particular en el gigante asiático, redujeron aún más el peso de China entre los proveedores de calzado de España, hasta el 30,8% en 2021. Sin embargo, superado el capítulo del Covid-19 como pandemia global, China ha

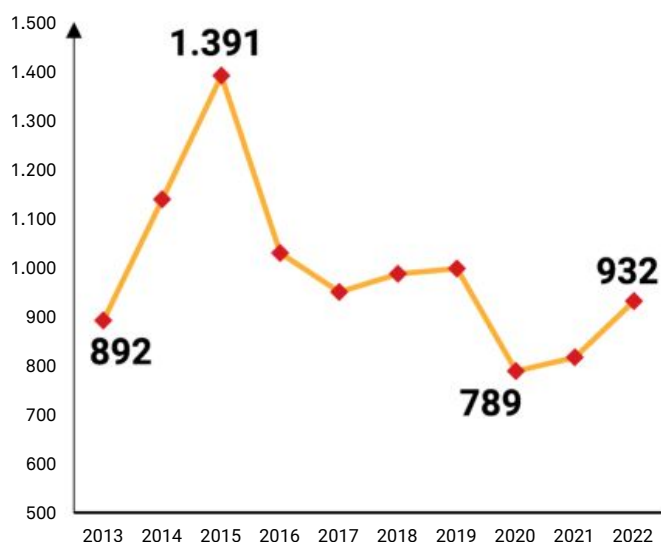
**Exportaciones de calzado de piel de España, en valor**  
En millones de euros



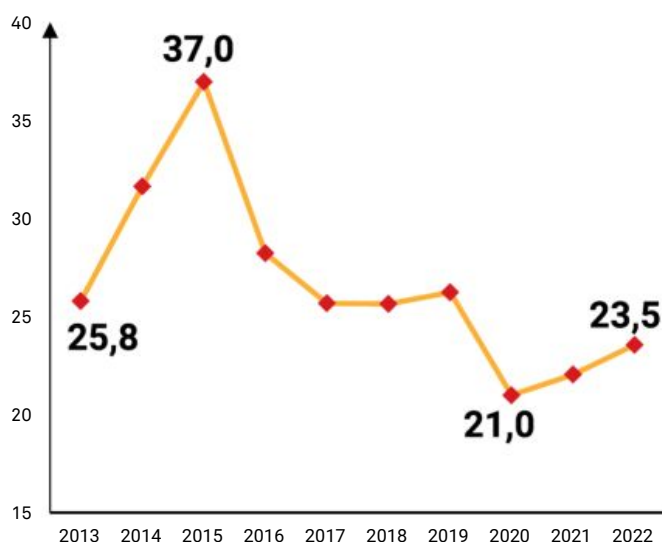
**Exportaciones de calzado de piel, en unidades**  
En millones de pares



**Exportaciones de calzado de piel para mujer, en valor**  
En millones de euros



**Exportaciones de calzado de piel de mujer, en unidades**  
En millones de pares



cogido una nueva importancia como líder indiscutible entre los proveedores de calzado de España.

### Vietnam, Italia e Indonesia, al alza

El impulso de China como proveedor de calzado a España no fue en detrimento del segundo gran proveedor de calzado al país: Vietnam. Muy al contrario, el país del sudeste asiático disparó con aún más fuerza sus ventas de calzado a España, con un crecimiento del 99,4% en un solo año, hasta 706,6 millones de euros. Con este valor, Vietnam alcanzó el 15,6% del valor total de las importaciones españolas de calzado, la tasa más alta desde 2008.

En total, Vietnam vendió a España 36,9 millones de pares de calzado en 2022, un 48,6% más, con un valor unitario mucho más alto que el de China: el precio del par alcanzó 19,2 euros.

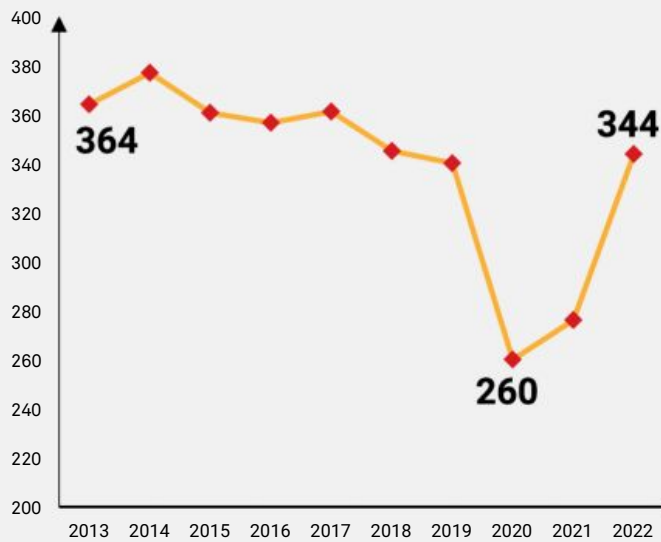
En importaciones de alto valor añadido, Italia se consolidó en 2022 como el principal proveedor de calzado a España. Las compras de calzado al país transalpino escalaron un 27,1%, hasta 453 millones de euros, lo que supone un nuevo récord histórico.

Italia, que provee calzado a España con un valor medio de 43,1 euros el par (nada que ver con los valores de China o Vietnam), no había superado hasta 2021 los 300 millones de euros de facturación. Sin embargo, pasó de 250 millones de euros en 2020 a

**Italia, tercer mayor proveedor en volumen, es el primero en producto de alta calidad, con un importe medio de las compras de 43,1 euros por par**

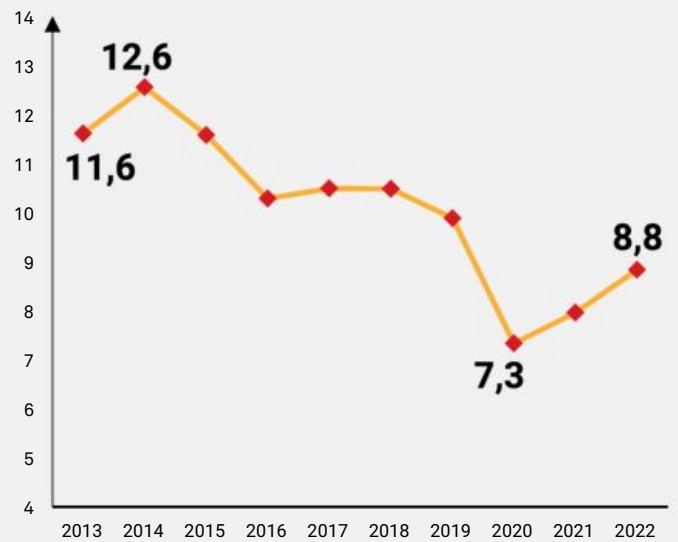
**Exportaciones de calzado de piel para hombre, en valor**

En millones de euros



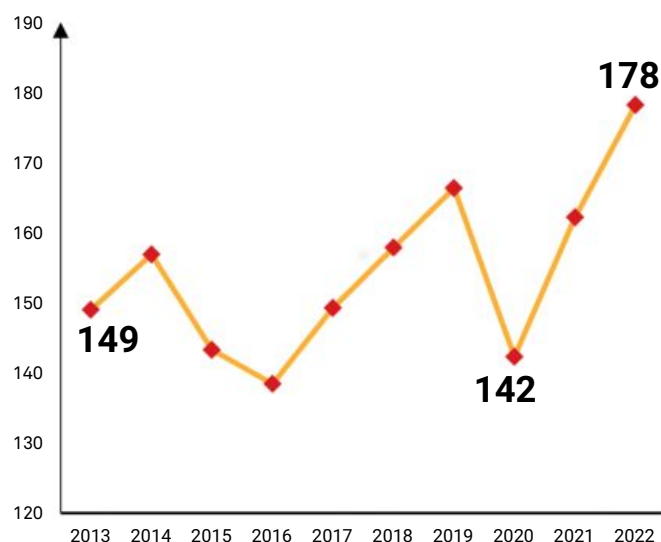
**Exportaciones de calzado de piel de hombre, en unidades**

En millones de pares



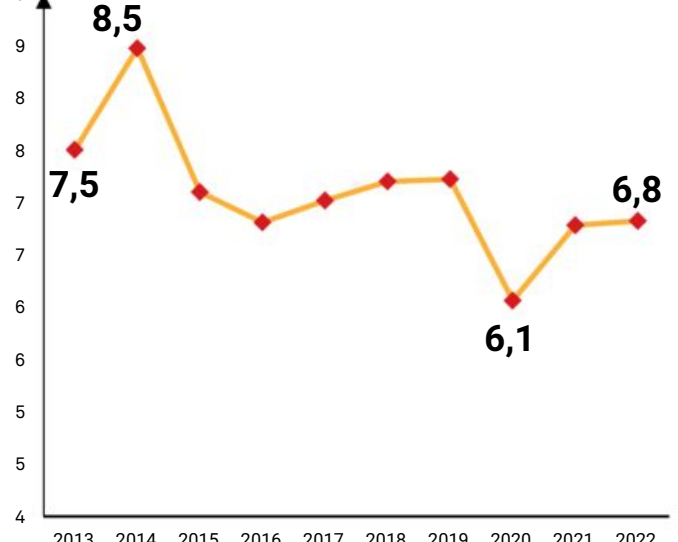
**Exportaciones de calzado de piel para niño, en valor**

En millones de euros



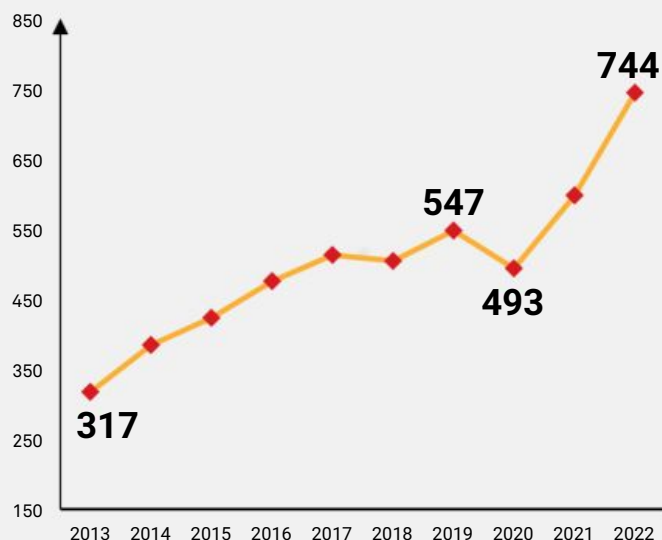
**Exportaciones de calzado de piel de niño, en unidades**

En millones de pares

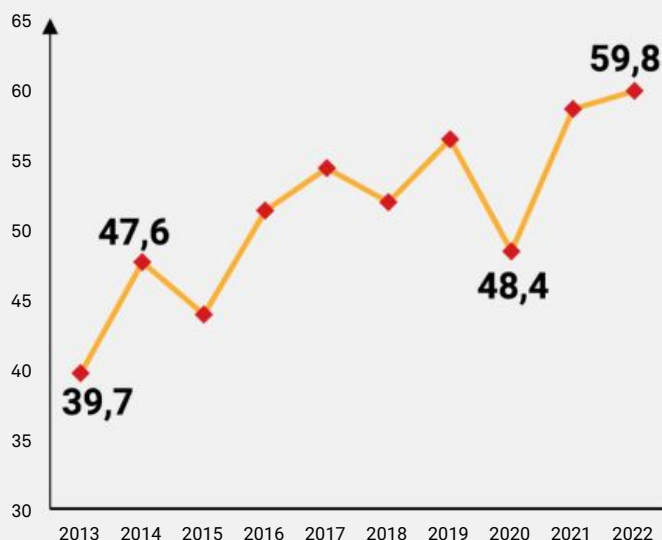


Fuente: Ices España Exportación e Inversiones

**Exportaciones de calzado de caucho o plástico, en valor**  
En millones de euros



**Exportaciones de calzado de caucho o plástico, en unidades**  
En millones de pares



## Indonesia casi triplicó sus ventas de calzado a España en sólo un año y se situó en cuarta posición entre los principales proveedores del sector

345 millones en 2021, para volver a pulverizar sus registros al año siguiente.

Por otro lado, mientras China, Vietnam e Italia consolidan sus posiciones en el podio de proveedores de calzado de España, un nuevo actor entra con fuerza en escena: Indonesia.

El país, que sólo alcanzaba la octava posición entre los principales suministradores de calzado al país en 2021, se situó en 2022 en cuarta posición, tras elevar sus ventas a España un 177,7%, hasta 221,9 millones de euros. Indonesia suministró 10,7 millones de pares a España en 2022, con un valor medio de 20,7 euros.

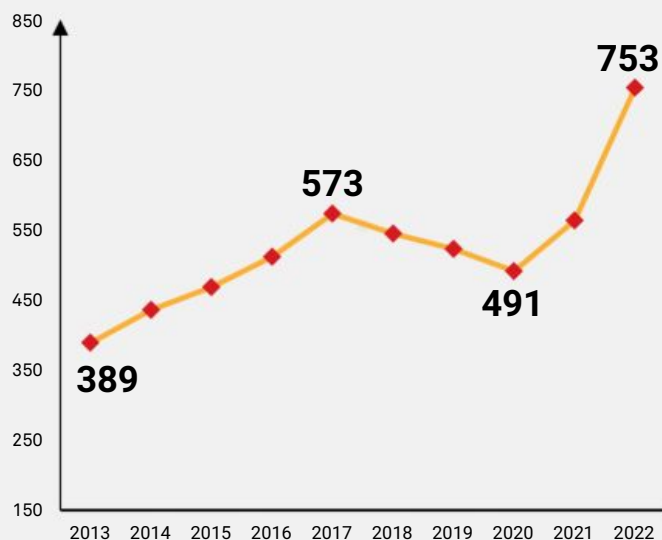
Bélgica, Francia, Alemania, Países Bajos, Portugal e India completan el top 10 de los

principales proveedores de calzado terminado a España, con una suerte desigual en 2022. Por su parte, Bélgica y Países Bajos redujeron durante ese año sus ventas de calzado a España, con caídas del 35% y del 44,4%. El resto, en cambio, elevó el valor de sus exportaciones a España, con subidas del 57% en el caso de India, el 38,3% en el de Francia, del 37,1% en el caso de Alemania y del 9,7% en el de Portugal.

### Las vías de entrada del calzado

La Comunidad Valenciana y Cataluña son en España las puertas de entrada del calzado procedente del exterior: ambas autonomías concentraron en 2022 casi la mitad del total de las importaciones españolas del sector.

**Exportaciones de calzado de textil, en valor**  
En millones de euros



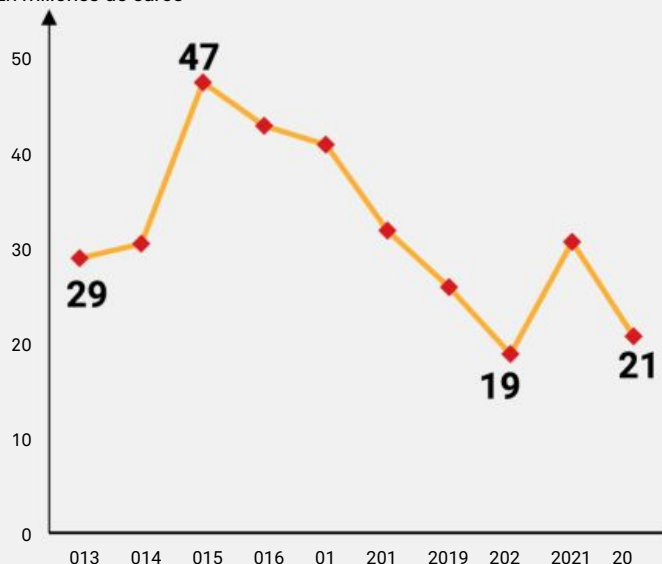
**Exportaciones de calzado de textil, en unidades**  
En millones de pares



Fuente: Ices España Exportación e Inversiones

### Exportaciones de calzado de piso de madera, en valor

En millones de euros



### Exportaciones de calzado de piso de madera, en unidades

En millones de pares



En el caso de la Comunidad Valenciana, las importaciones llegadas a la región alcanzaron un valor de 1.130 millones de euros, un 29,9% más que en 2021. En unidades, fueron 96,4 millones de pares, un 15,9% más, con un valor medio de 11,7 euros, uno de los más bajos entre el conjunto de las autonomías españolas.

En Cataluña, el incremento de las importaciones de calzado llegadas del extranjero a la región fue aún más elevado, del 35,8%, hasta un valor total de 1.125,4 millones de euros. El volumen, en este caso, llegó a los 75 millones de pares, un 13,9%, con un valor unitario de 15 euros.

Con importaciones por 875,6 millones de euros en 2022, la Comunidad de Madrid fue la tercera con un mayor peso en las importa-

ciones de calzado. Las compras al extranjero desde la región de la capital de España subieron un 43,8% en valor y un 33,8% en volumen, hasta 70,4 millones de pares, con un valor medio de 12,4 euros el par.

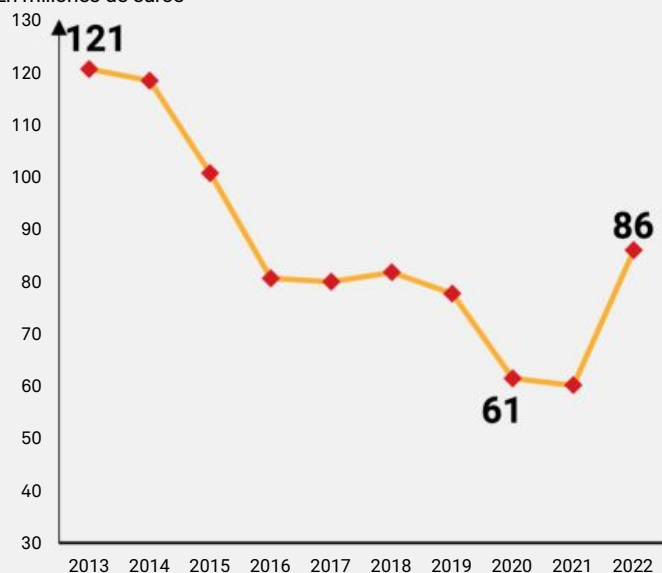
Les siguen en importancia para las importaciones Aragón (358,1 millones de euros de calzado importado en 2022), Castilla-La Mancha (308 millones de euros) y Galicia (170,7 millones de euros).

Asturias, Navarra y Baleares, con un peso muy bajo en el total de las importaciones, son las tres regiones con un valor unitario de las mismas más alto, de 31,1 euros, 29,7 euros y 29,5 euros, respectivamente. La Región de Murcia, en cambio, es la que importa calzado más barato: 9,5 euros por par.

### Comunidad Valenciana y Cataluña, puerta de entrada: concentran casi el 50% de las importaciones españolas de calzado

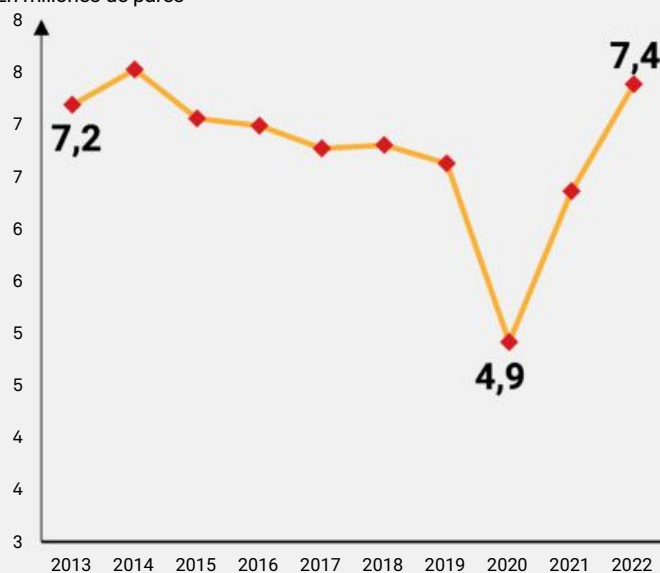
### Exportaciones de otros tipos de calzado, en valor

En millones de euros



### Exportaciones de otros tipos de calzado, en unidades

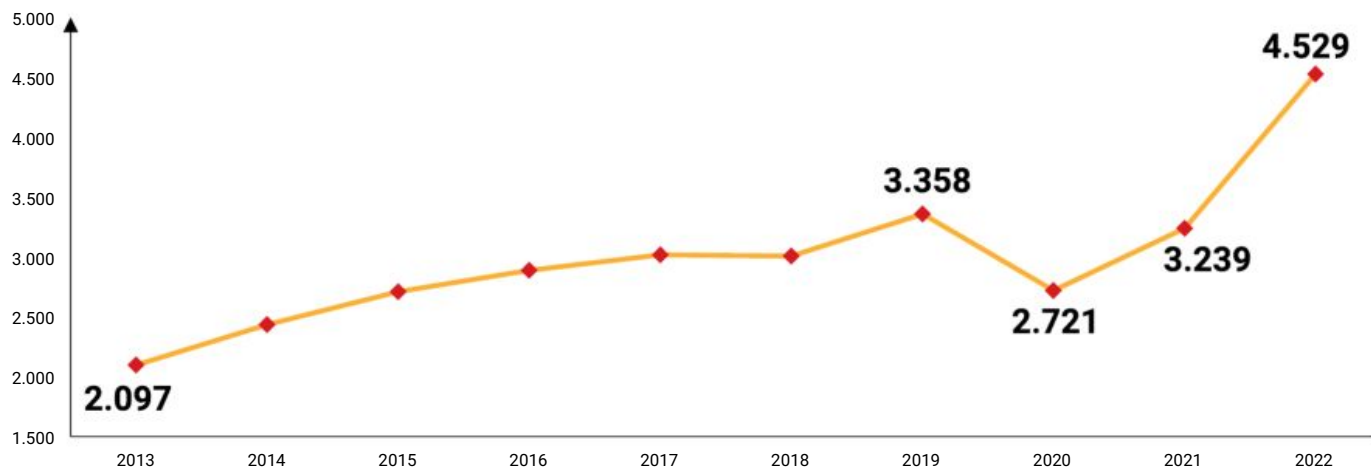
En millones de pares



Fuente: Ices España Exportación e Inversiones

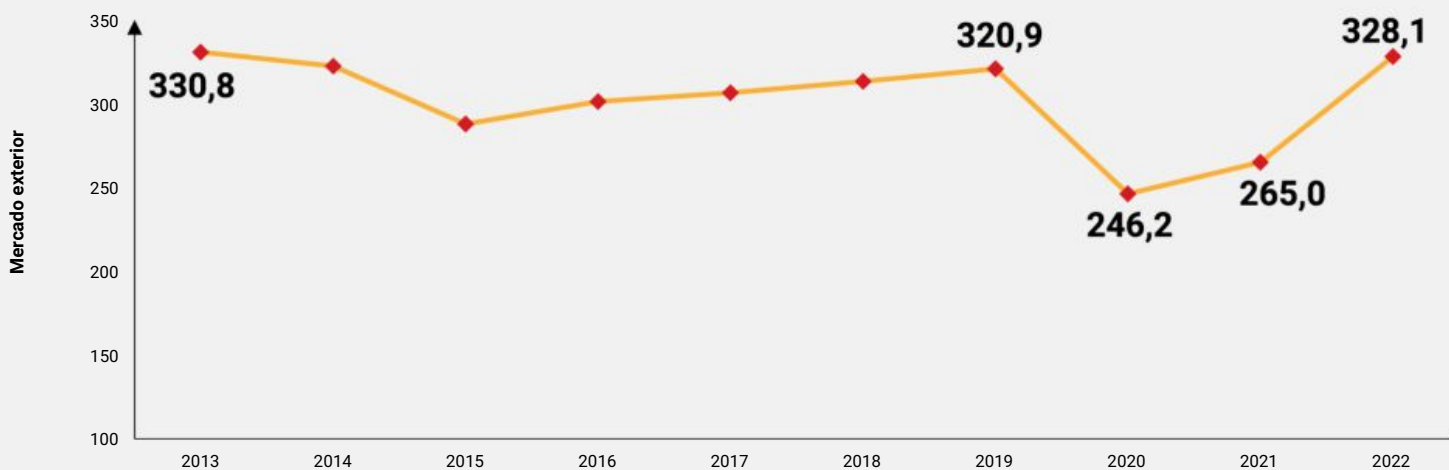
### Importaciones de calzado de España, en valor

En millones de euros



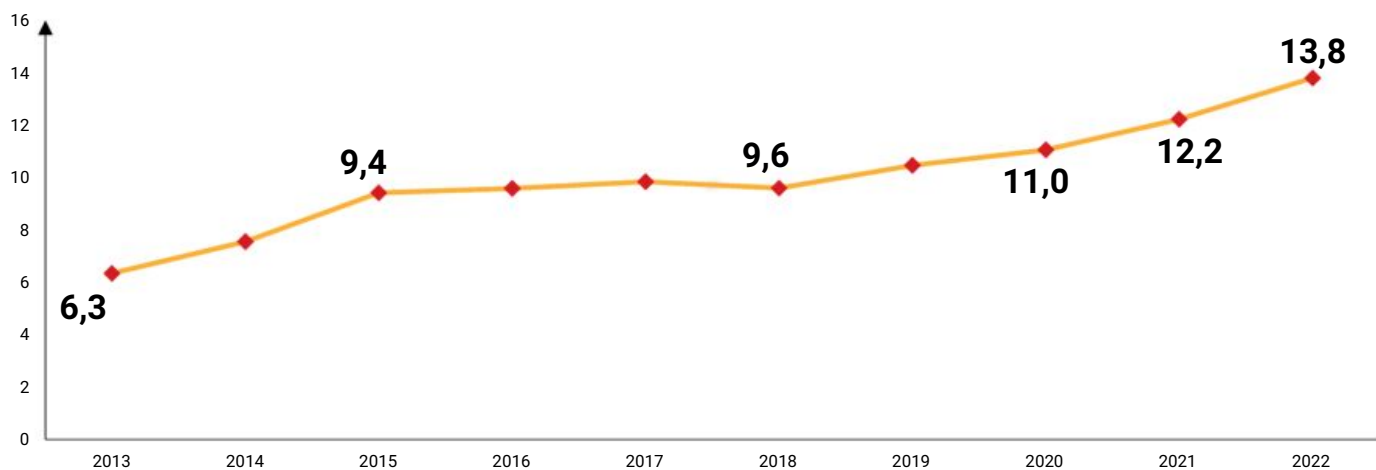
### Importaciones de calzado de España, en unidades

En millones de pares



### Valor medio de las importaciones de calzado de España

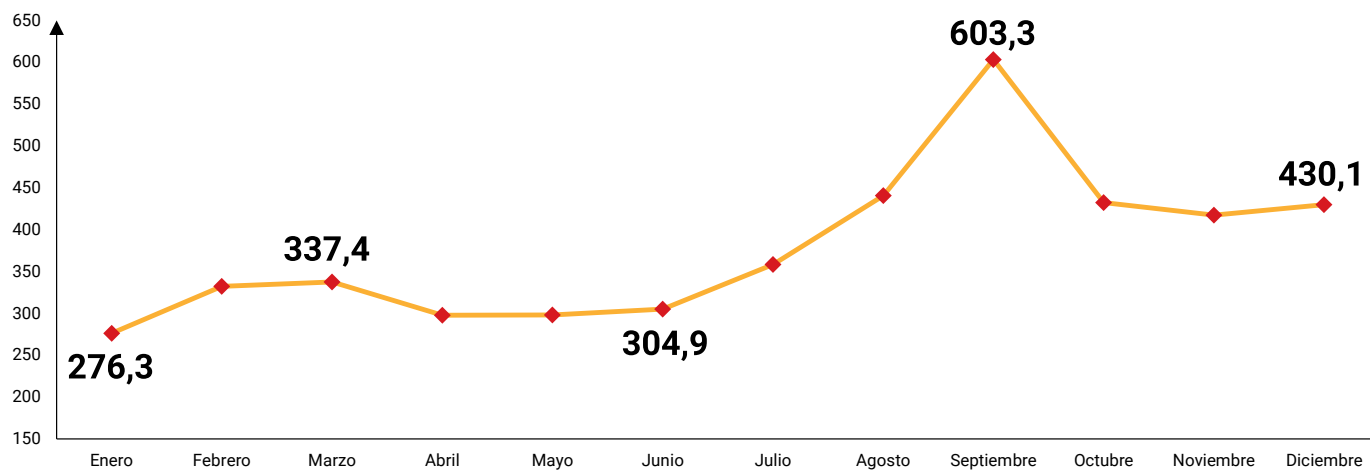
En euros por par



Fuente: Icesx España Exportación e Inversiones

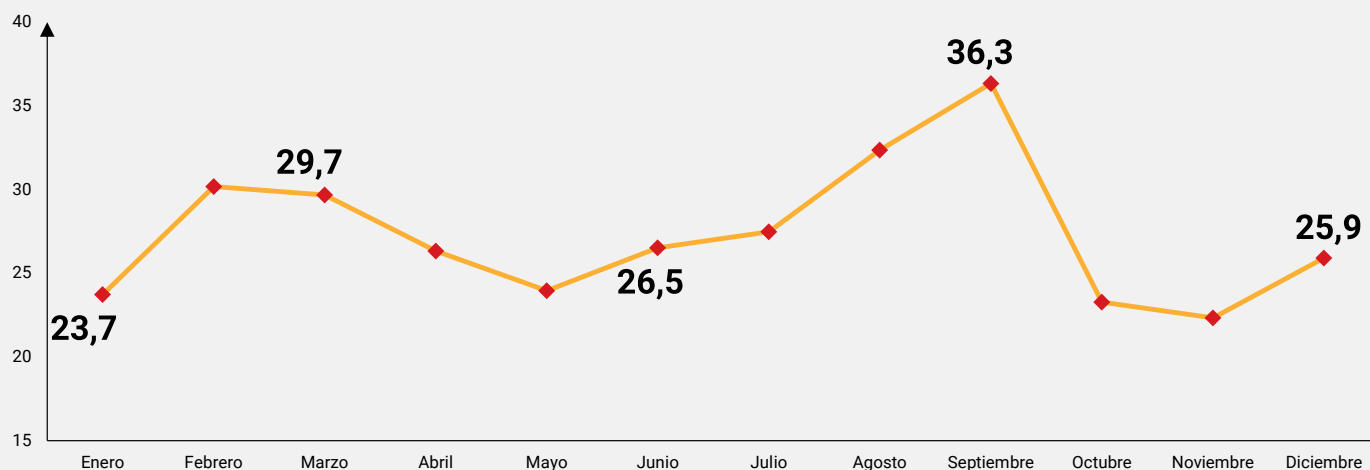
### Importaciones de calzado de España, en valor, en 2022

En millones de euros



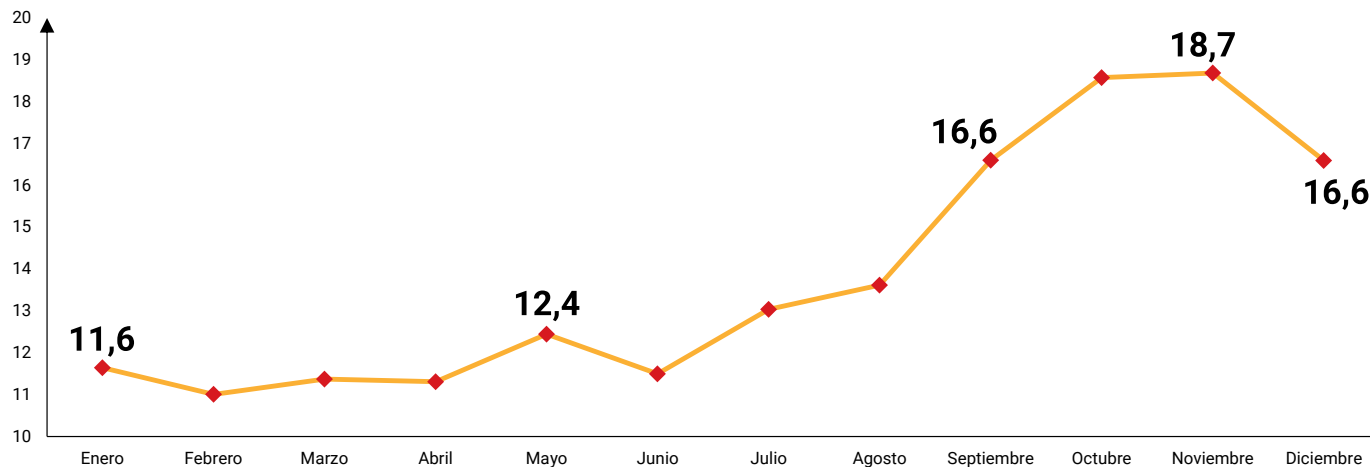
### Importaciones de calzado de España, en volumen, en 2022

En millones de pares



### Valor medio de las exportaciones de calzado de España, en 2022

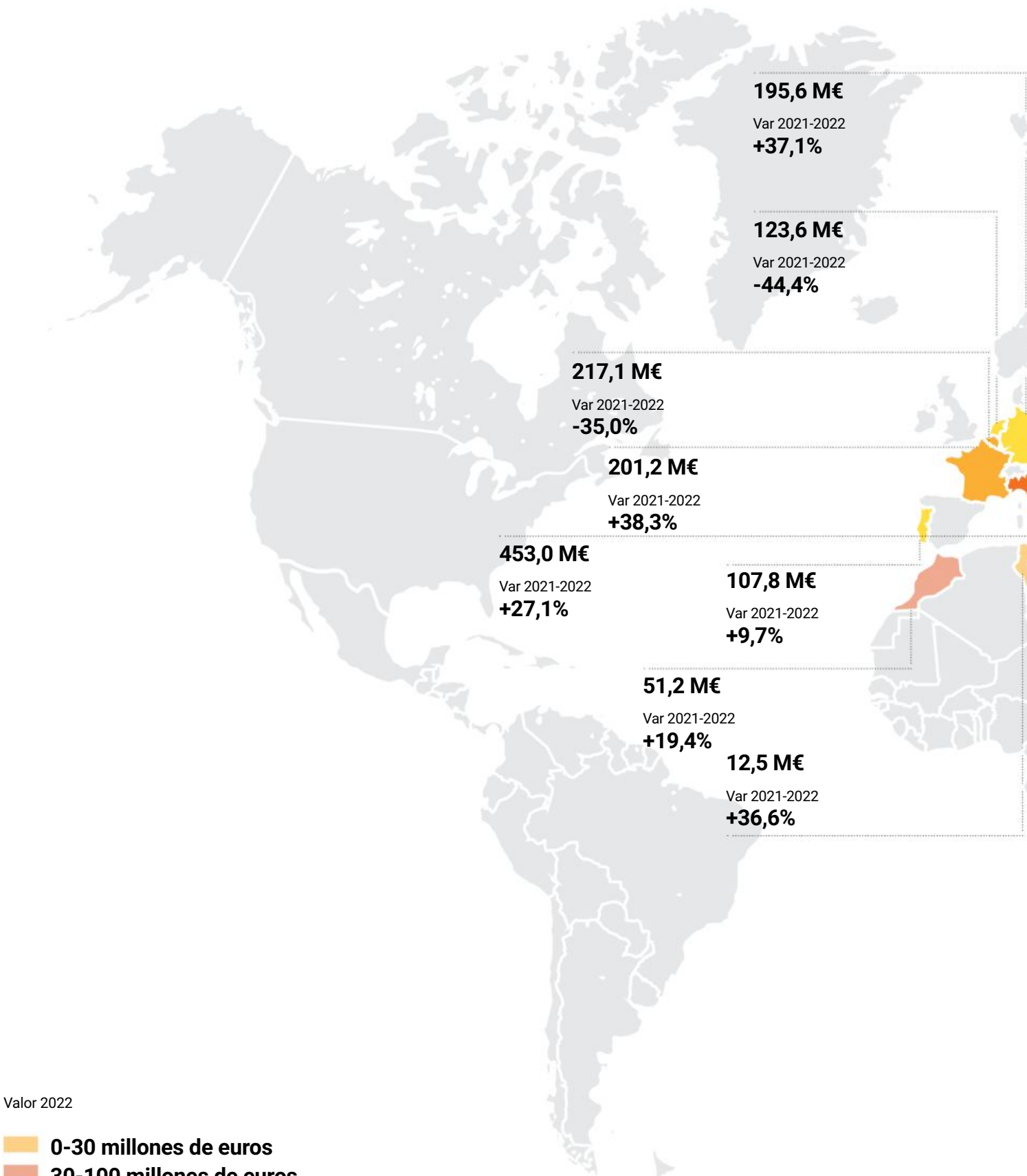
En euros por par



### Importaciones españolas de calzado, por países, en 2022

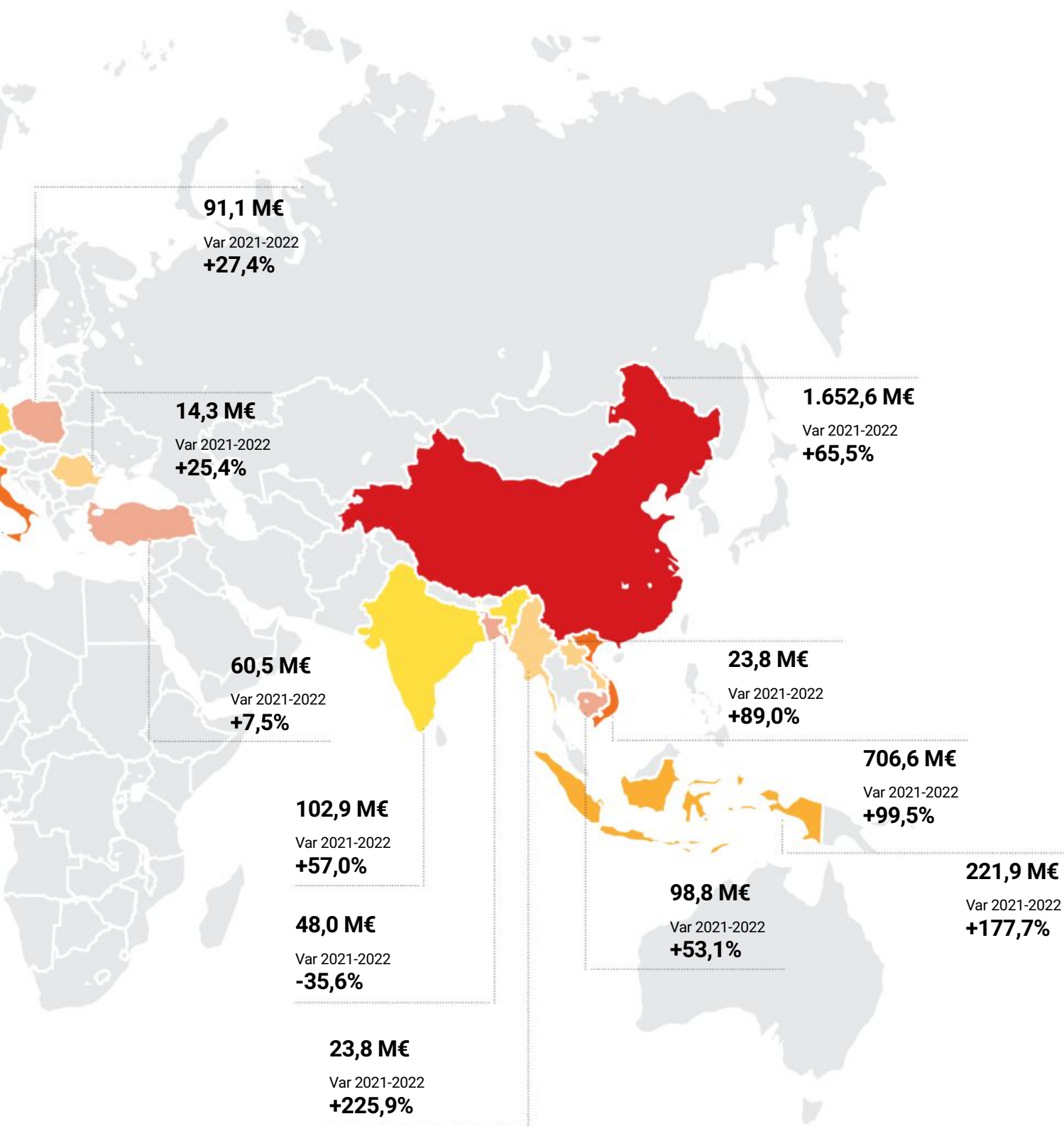
Valor total, en millones de euros. Variación anual, en porcentaje

Mercado exterior



Valor 2022

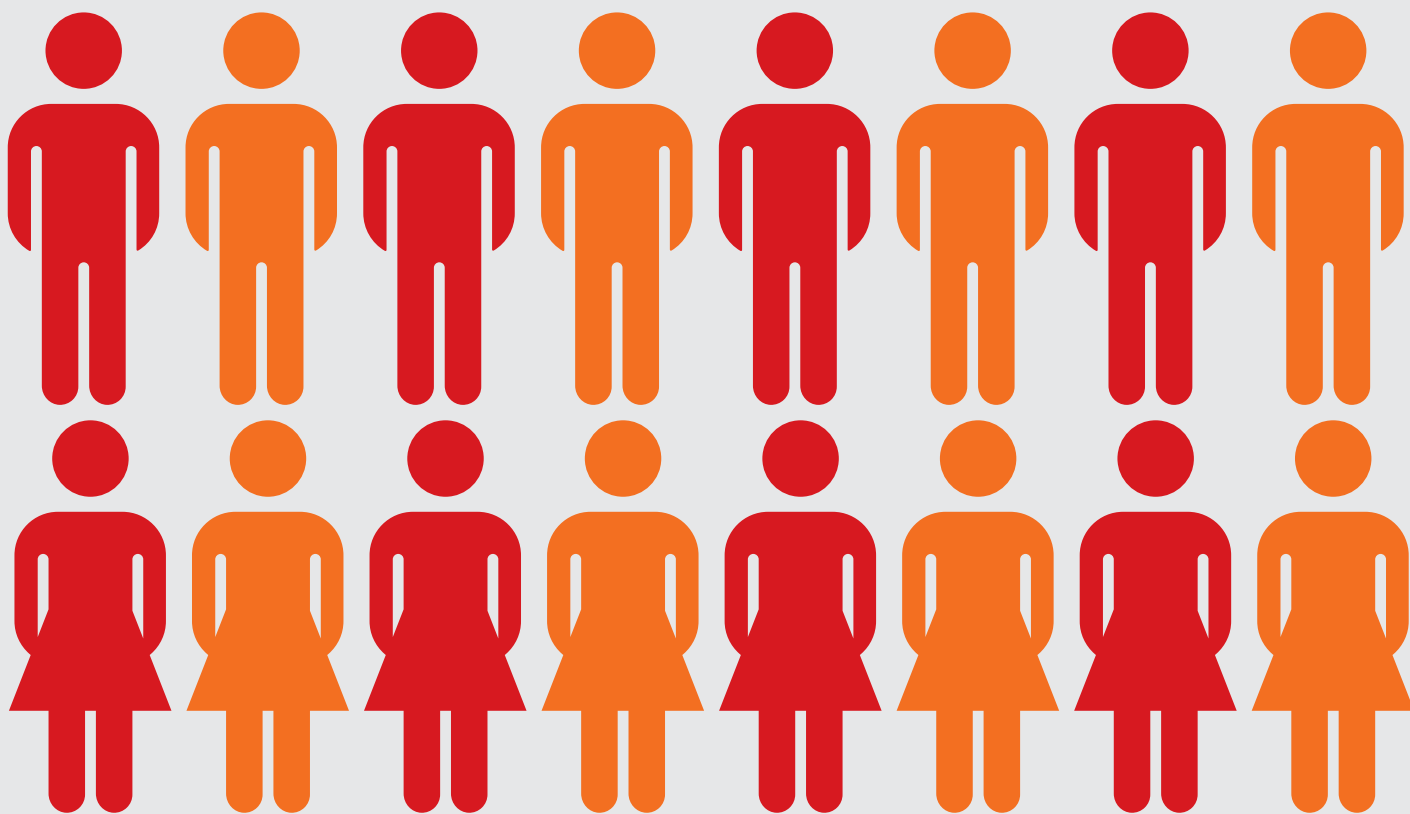
- 0-30 millones de euros
- 30-100 millones de euros
- 100-200 millones de euros
- 200-400 millones de euros
- 400-800 millones de euros
- >800 millones de euros



# El consumo, hacia cifras prepandemia

El consumo de calzado en España avanza hacia la recuperación de las cifras previas al estallido del Covid-19. Así lo certifican los datos de dos empresas de estudios de mercado, Kantar y Euromonitor International, y la Encuesta de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE). En 2021 y 2022, las ventas de todos los segmentos del calzado crecieron más en España que a escala internacional.

Consumo



El consumo creció con claridad en España en 2022. Según la Encuesta de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE), el gasto medio por hogar fue de 31.568 euros el pasado año, con una subida del 7,9% respecto al año anterior. El gasto, tal y como sugirió el INE, supera por primera vez los niveles previos a la pandemia, con un aumento del 4,4% respecto a 2019. Ahora bien, son tres grandes grupos de gasto los que concentran una parte creciente del presupuesto de los consumidores y agotan, por tanto, el presupuesto disponible para otras categorías. Se trata de vivienda, agua,

electricidad, gas y otros combustibles, que copan el 32,4% del presupuesto total del hogar; los alimentos y bebidas no alcohólicas, que llegan a un 16,0% del presupuesto, y el transporte, con un peso del 12% en el bolsillo de las familias. El calzado tampoco está en las categorías que más crecieron en 2022: el gasto por hogar se elevó un 29,1% en hoteles, cafés y restaurantes o un 18,6% en ocio y cultura. En la primera categoría, los hogares españoles destinaron de media 665 euros más que en 2021, mientras que el ocio y la cultura se llevaron otros 241 euros más.

## El consumo por cápita de calzado se situó en España en 126,70 euros en 2022, frente a un gasto por habitante de 43,30 euros a escala internacional

El calzado crece con fuerza en España. Con un contexto económico y social normalizado en 2022 tras el impacto de la pandemia, las ventas minoristas de calzado en el país dieron un salto adelante de 600 millones de euros durante el ejercicio, hasta un volumen de cerca de 6.000 millones de euros. Según datos aportados por Euromonitor Internacional, las ventas de calzado en el país registraron en 2022 una subida en términos relativos del 12,1%, un incremento que prácticamente duplica el registrado por el sector a escala mundial, del 6,8%.

El alza en las ventas minoristas de calzado en España en 2022 fue no obstante más moderado que en el año anterior. En 2021, el sector elevó su facturación al cliente final un 19,4%, frente a un comparable excepcional marcado por los efectos de la pandemia en España en 2020. En términos globales, el negocio del calzado también aumentó a doble dígito, pero sin llegar a la velocidad registrada en España, con un incremento del 16,2%.

La aceleración del crecimiento en España en los dos últimos años ha permitido que el país gane relevancia en el mercado global: las ventas de calzado en el país han pasado de representar el 1,69% del negocio mundial en 2021 al 1,75% en 2022.

### Más gasto per cápita

El aumento del gasto por habitante fue, según las estimaciones de Euromonitor, clave para el impulso de las ventas de calzado en España en 2022. El gasto per cápita en calzado subió en comparación con el año anterior un 12%, hasta 126,70 euros por residente en el país.

A escala global, el consumo per cápita en calzado sólo llegó en 2022 a 43,30 euros, un 5,9% más que en el ejercicio precedente. De esta forma, si el gasto en calzado en España estaba en 2021 en 72 euros por encima de la media mundial por habitante, en 2022 este diferencial se elevó hasta los 83 euros por habitante.

### A distancia de 2019

Por su parte, Kantar indica la evolución del volumen del mercado del calzado en España en 2022 en comparación con el año anterior, pero también señala la diferencia que aún queda con 2019, último año antes del estallido de la pandemia.

El desempeño del sector en 2022, según coinciden las estimaciones de Kantar, es claramente positivo, con un alza del 6,9%. No obstante, las ventas del sector continúan un 5,9% por debajo de igualar las magnitudes de 2019 y por tanto de lograr la plena recuperación.

El calzado está no obstante en una situación mejor que la dibujada por la evolución de las ventas de las prendas de vestir. En este caso, Kantar apunta que el crecimiento en 2022 frente al año anterior fue más elevado que en el calzado, con un alza del 7,3%, pero las ventas todavía están un 8,2% por debajo de las de 2019.

La progresión de las ventas de ambas ramas permitió que en 2022 el conjunto del sector de la moda en España facturara un 7,7% más que en 2020, aunque se sitúa todavía un 7,8% por debajo de las cifras de 2019.

Otros indicadores clave que aporta Kantar

# 12%

Las ventas del sector del calzado en España aumentaron un 12,1% en 2022, frente a un alza a escala mundial del 6,8%, según Euromonitor.

## El calzado, más residual en la cesta de la compra: en 2022 vuelve a situarse por debajo del 1% del gasto total de las familias españolas

para conocer la evolución del sector del calzado son la penetración y el gasto medio. El primer concepto mide cuántas personas de 16 años o más compraron calzado al menos una vez en 2022 y el segundo, cuánto gastó en promedio cada una de ellas durante el ejercicio.

Estos dos índices evolucionaron de forma dispar en 2022: la penetración se redujo, elevando el número de personas que en todo el ejercicio no compró ningún par de calzado. En concreto, la tasa de compradores sobre el total de la población pasó del 70,2% en 2021 al 69,5% en 2022. Los que sí compraron calzado durante el ejercicio realizaron una media de cuatro actos de compra y el número de unidades adquiridas por comprador fue de 4,8 pares, las mismas cifras que en el ejercicio precedente.

Sin más compradores ni más activos en sus compras de calzado, el aumento de las ventas del sector respondió por tanto al alza del gasto anual medio de los compradores: se pasó de 146,94 euros en 2021 a 158,23 euros en 2022

### Calzado en la cesta de la compra

Otra fuente de valor para conocer la evolución del consumo de calzado en España es la Encuesta de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE), que ofrece una mayor perspectiva histórica sobre la evolución del gasto por habitante en moda.

En 2022, según se extrae de los datos del INE, el gasto medio por persona en calzado se situó en 119,62 euros, un 2% más que en el

año anterior, pero un 14,6% menos que en 2019, antes del estallido de la pandemia.

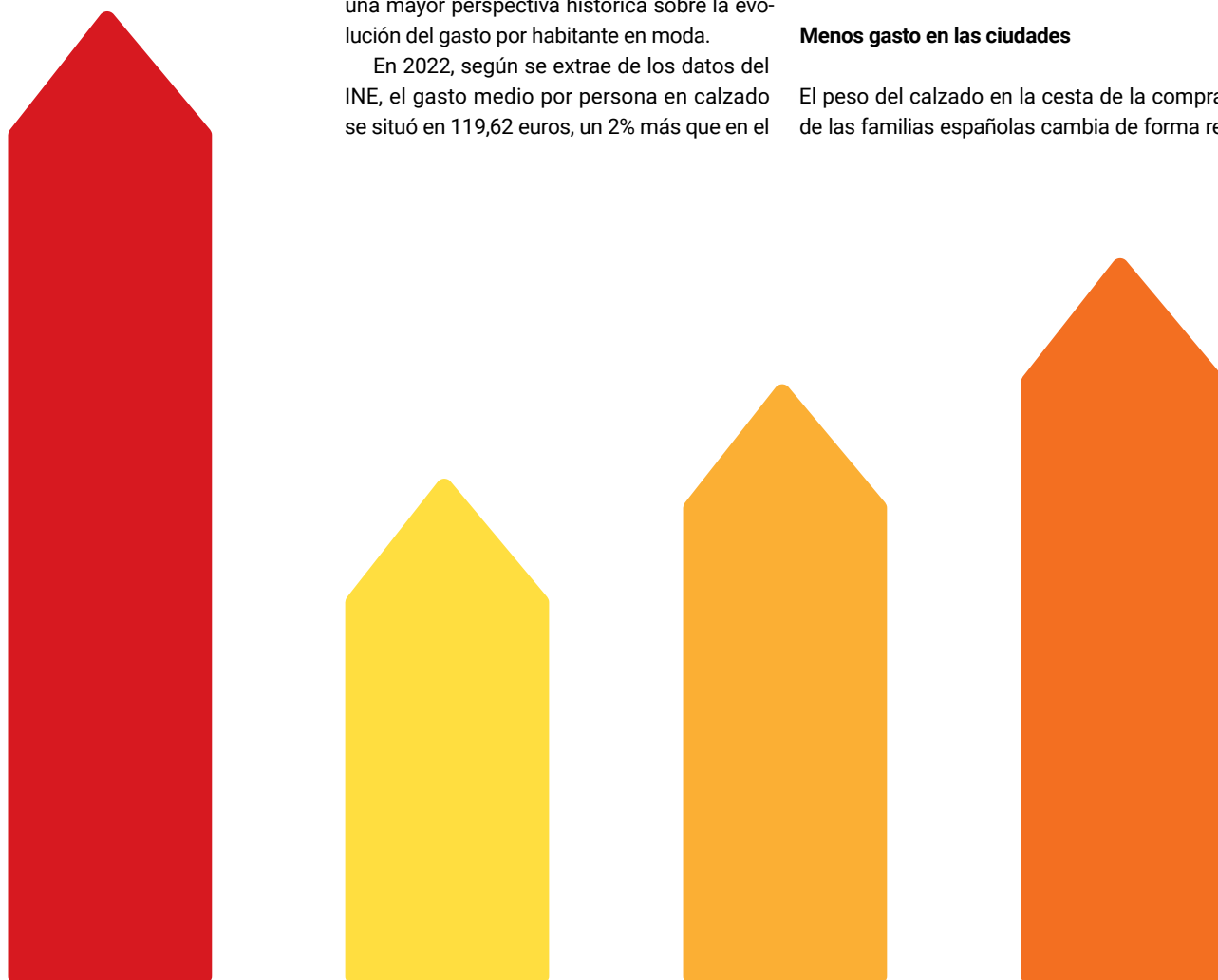
El gasto por persona se situó en 140,09 euros en 2019 tras años de progresivo descenso desde 2016, cuando situó su valor máximo en la última década, por encima de los 150 euros por habitante. En 2006 y 2007, antes el inicio de la crisis financiera internacional, el gasto en calzado por habitante llegaba a valores superiores a los 170 euros por habitante. El máximo de la serie histórica de la Encuesta de Presupuestos Familiares, iniciada en 2006, se alcanzó en 2007, con 175,50 euros por persona.

La reducción del gasto por persona ha ido acompañada en los últimos años de una pérdida de cuota de bolsillo del calzado en España. En 2006, esta categoría llegaba al 1,55% del gasto anual de las familias españolas y en 2012 su peso en los presupuestos se había reducido al 1,21%. Esta cuota de bolsillo se recuperó hasta el 1,33% en 2016, pero desde ese momento volvió a bajar progresivamente hasta el 1,15% en 2019, antes del estallido de la pandemia.

En el año del estallido del Covid-19, el peso del calzado en el gasto tocó mínimos, situándose en el 0,91% del gasto total. En 2021, la cuota se recuperó hasta el 1%, pero volvió a bajar en 2022, hasta el 0,94% del presupuesto de las familias.

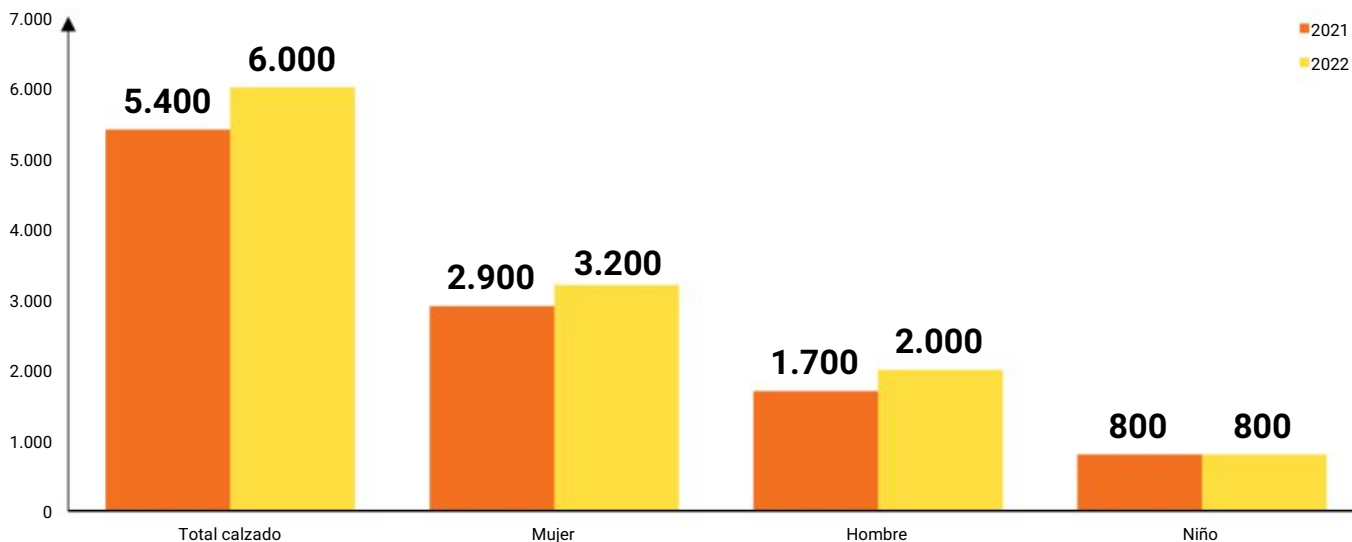
### Menos gasto en las ciudades

El peso del calzado en la cesta de la compra de las familias españolas cambia de forma re-



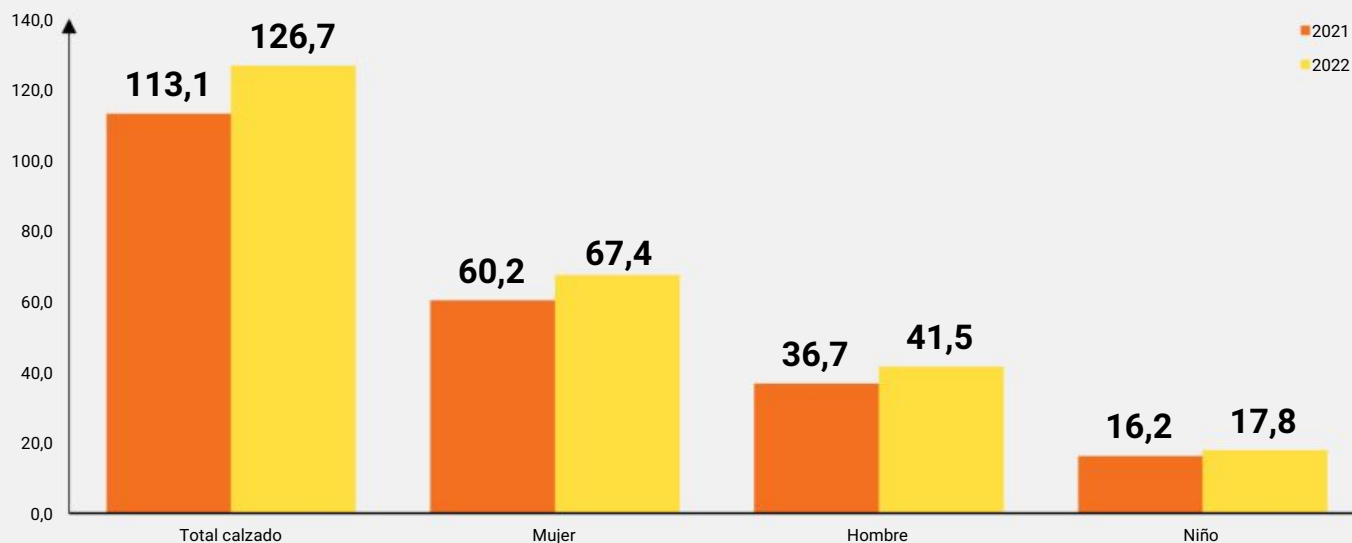
### Volumen del mercado del calzado en España, por categorías, en 2021 y 2022

En millones de euros



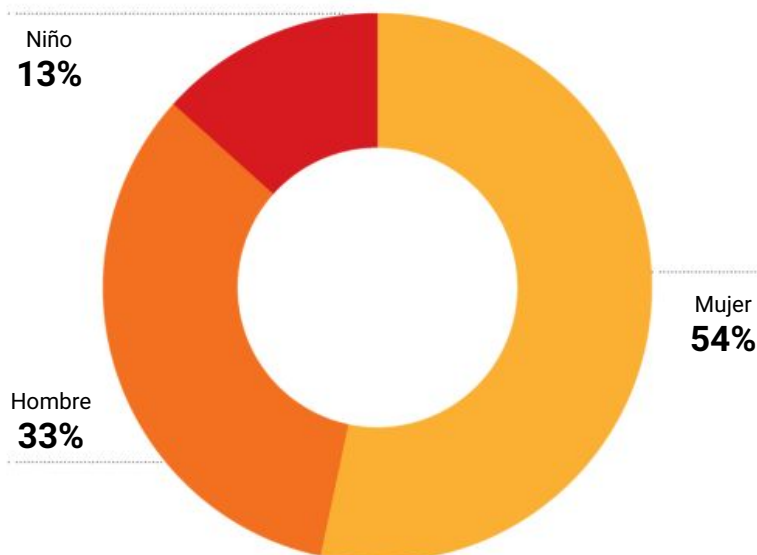
### Consumo de calzado per cápita en España, por categorías, en 2021 y 2022

En euros por habitante



### Distribución del mercado del calzado en España, por categorías, en 2022

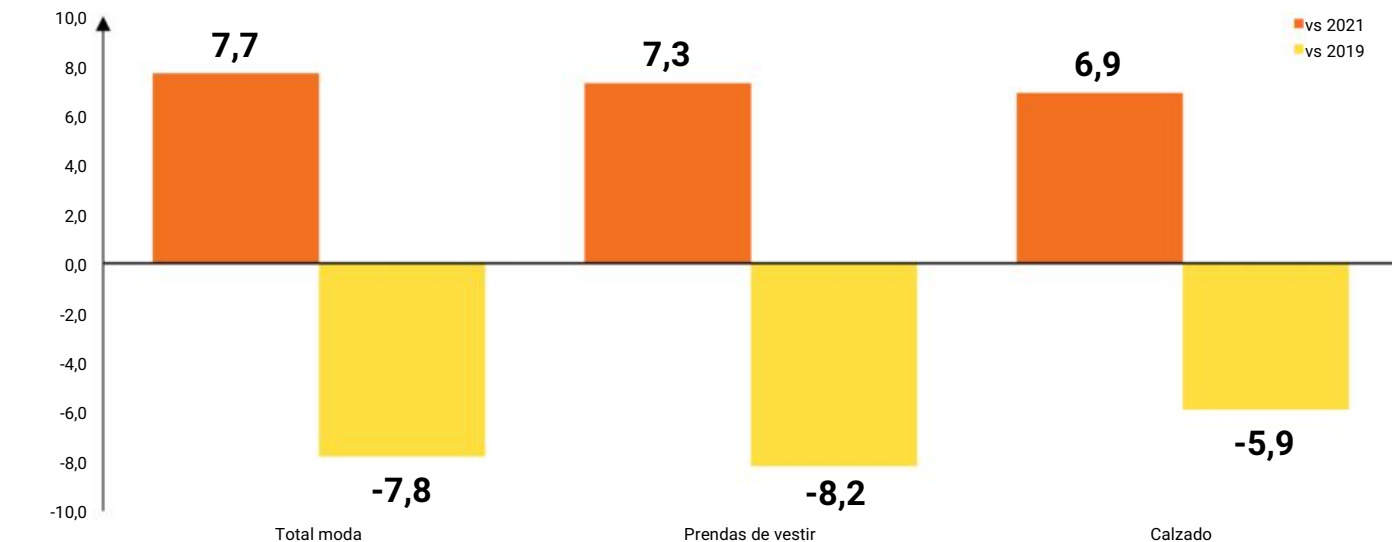
En porcentaje sobre el total



Fuente: Euromonitor

### Evolución del mercado de la moda y el calzado en España, en 2022

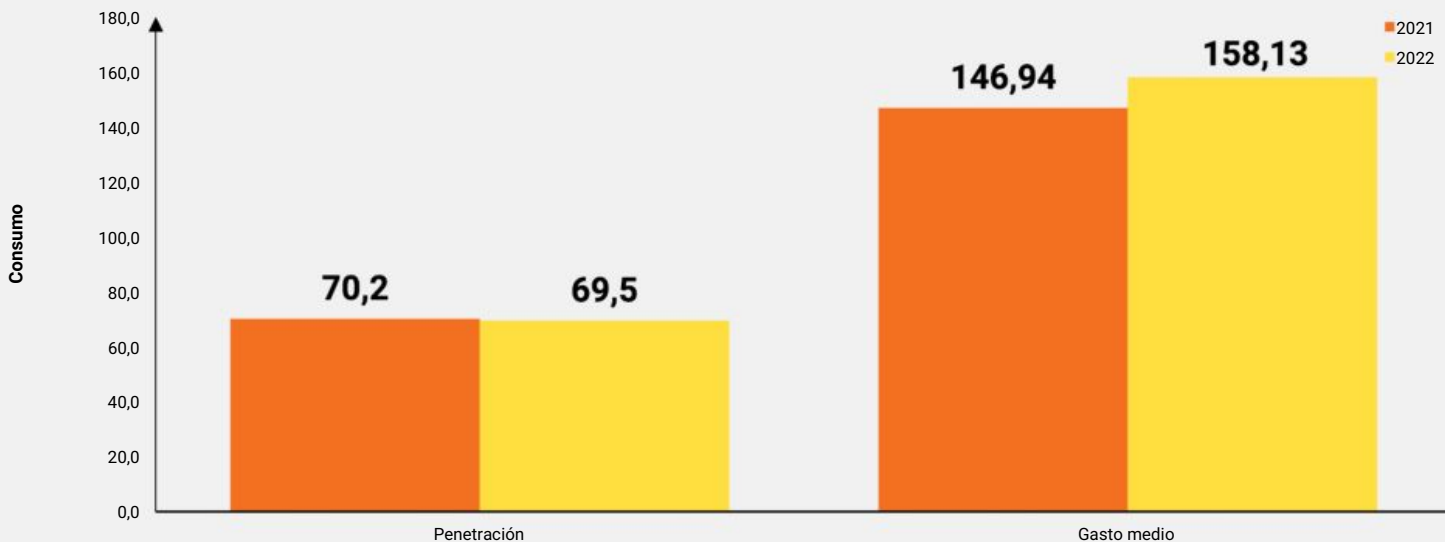
En porcentaje de incremento respecto a 2021 y 2019



Fuente: Kantar

### Indicadores clave del comportamiento de compra de calzado en España, en 2022

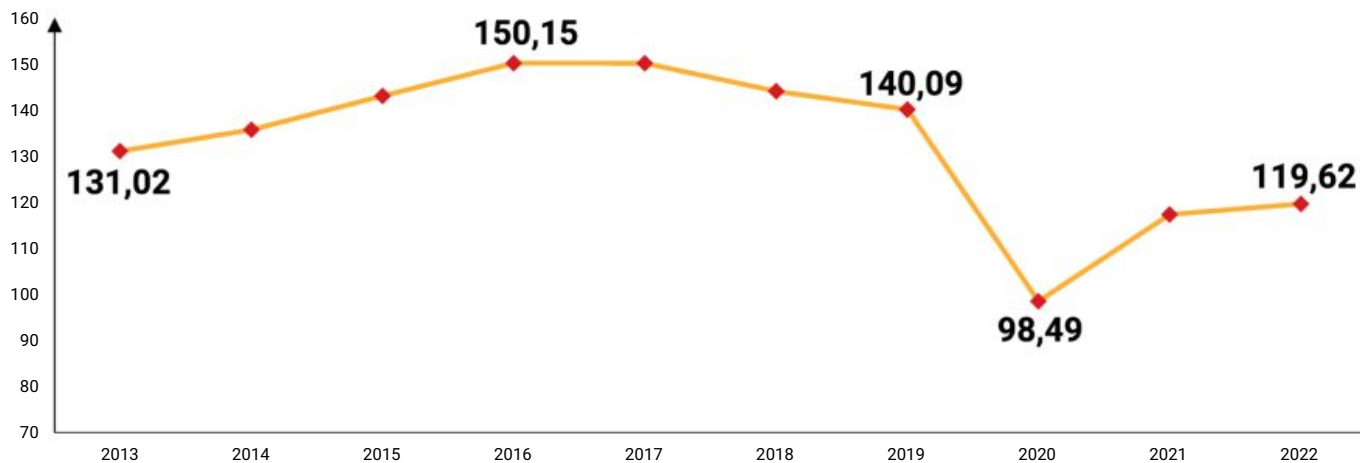
Penetración, en porcentaje sobre el total de residentes; gasto medio, en euros por comprador.



Fuente: Kantar

### Gasto por habitante en calzado en España

En euros por persona y año



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

### El dinámico sector del calzado infantil

El calzado infantil es un segmento con un comportamiento propio en el sector del calzado, con una demanda menos permeable a la situación económica que el calzado para adulto. En 2022, el calzado para niño y bebé copó el 13,3% del total en España, mientras que a escala internacional su peso llegó al 14%, según datos de Euromonitor International.



levante en función del hábitat de residencia. La cuota más alta, del 1% del gasto total, se registró en 2022 en las poblaciones más pequeñas, de menos de 10.000 habitantes, donde el calzado alcanza el 1% de la cuota de bolsillo de los consumidores. En 2019, esta cuota llegaba al 1,15% en este tipo de poblaciones.

En la posición contraria se encuentran las ciudades de 100.000 habitantes o más, donde el calzado sólo alcanza el 0,89% del gasto de las familias. La caída en estas poblaciones es más relevante: como en las localidades más pequeñas, el peso se situaba en el 1,15% en 2019.

En los municipios de entre 50.000 y 100.000 habitantes, por su parte, el gasto en calzado llegó en 2022 al 0,94% del total, una cuota que ascendió al 0,96% en las localidades de entre 20.000 y 50.000 habitantes.

### De La Rioja a Madrid

Las diferencias en el peso del calzado en el bolsillo de las familias es aún más relevante entre comunidades autónomas, con diferenciales que llegan al medio punto porcentual. Es la situación que se da entre La Rioja, la comunidad que más gasta en calzado, y la Comunidad de Madrid, la que margina más esta categoría en el gasto de las familias.

En 2022, el calzado alcanzó el 1,26% de los presupuestos familiares en La Rioja, una cuota que estuvo incluso por encima de la de 2019, que llegó al 1,17%. En el sentido contra-

rio, el peso del calzado en el gasto de las familias de la Comunidad de Madrid se recortó del 1,03% en 2019 al 0,76% en 2022, el nivel más bajo entre el conjunto de las comunidades autónomas españolas.

Tras La Rioja, las comunidades con más gasto relativo en calzado son Castilla-La Mancha, con un 1,15% del gasto de las familias en 2022; Extremadura, con un 1,1%; Baleares, con un 1,09%, y Galicia, con un 1,08%. En el otro extremo de la tabla, tras la Comunidad de Madrid están Aragón, con un 0,77% del presupuesto familiar dedicado a calzado; Cataluña, con un 0,86%, y Andalucía, con un 0,88%.

En euros gastados por habitante, la comunidad que lidera el gasto en calzado en España es País Vasco, con un desembolso medio de 161,02 euros por persona en 2022. Le siguen La Rioja, con 157,24 euros por persona; Baleares, con 149,27 euros por habitante, y Galicia, con 141,09 euros.

Por el contrario, donde menos se gasta en calzado es en Islas Canarias, con 101,49 euros por persona en 2022; Andalucía, con 101,87 euros por habitante, y Aragón, con 103,04 euros. En la Comunidad de Madrid y Cataluña, el gasto medio en calzado llegó 109,46 euros y a 116 euros por persona, respectivamente.

### Gasto por tipo de producto

Como ocurre en el conjunto del negocio de la moda, el calzado para mujer copa la mayor

**En La Rioja, las familias destinan el 1,26% de su presupuesto a la compra de calzado, preste a la cuota del 0,76% de Madrid**

## El calzado de mujer supera en España la importancia que tiene a escala internacional y se sitúa en 2022 en el 54% de las ventas minoristas del sector

parte de las ventas en este sector. Con datos de 2022, según Euromonitor International, la mujer copaba en España el 54% de las ventas minoristas de la categoría, por un 33% del calzado masculino y un 13% del producto para niño.

El peso de la mujer en el sector del calzado español es mayor que el que se da a escala internacional. En todo el mundo, el calzado femenino copó en 2022 el 49% de las ventas, mientras que el producto para hombre llegó al 37% y el de niño, al 14%.

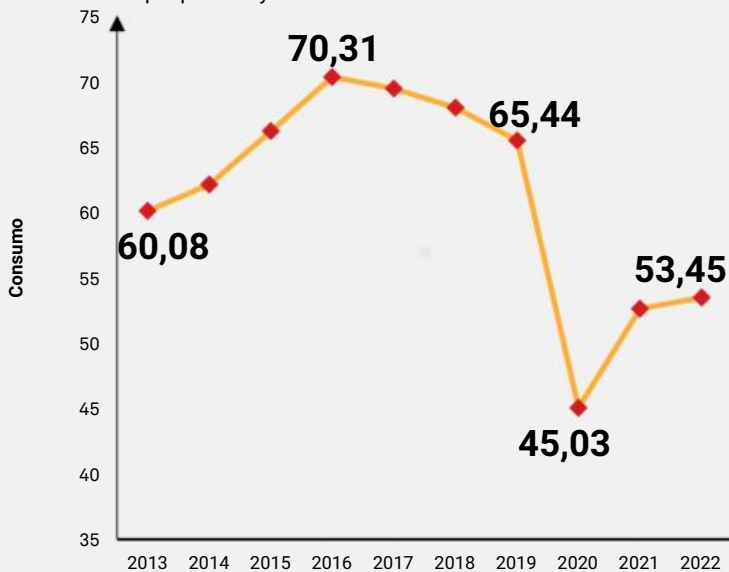
En España, el calzado femenino alcanza un gasto per cápita de 67,40 euros (frente a los 21,30 euros a escala mundial), lo que supone un aumento de 7,20 euros por persona en relación al ejercicio precedente. El gasto

per cápita en el calzado masculino en España es, por su parte, de 41,50 euros (15,80 euros a escala mundial), con una subida anual de 4,80 euros. Asimismo, el gasto por habitante en calzado de niño llega a 17,80 euros en España (6,30 euros a escala mundial), con una subida en comparación con 2021 de 1,60 euros.

Pese al mayor peso del negocio del calzado femenino, con un volumen de ventas minoristas de 3.200 millones de euros en 2022 en España, fue el segmento masculino el que más está tirando del crecimiento tras el impacto de la pandemia. En concreto, las ventas minoristas de calzado para hombre en España subieron un 24% en 2021 y un 13,2% en 2022, hasta 2.000 millones de euros, frente a

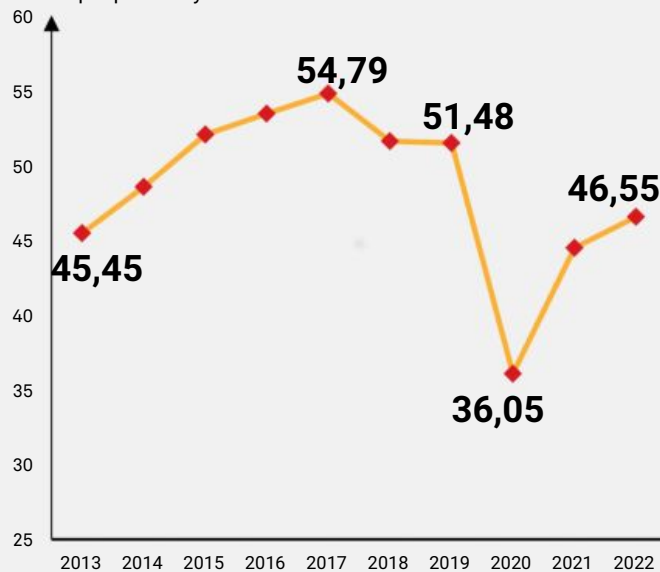
**Gasto por habitante en calzado de mujer en España**

En euros por persona y año



**Gasto por habitante en calzado de hombre en España**

En euros por persona y año



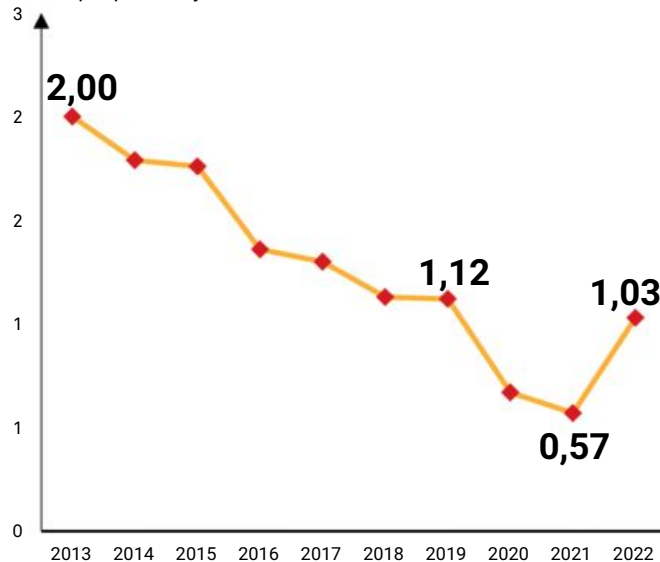
**Gasto por habitante en calzado de niño y bebé en España**

En euros por persona y año



**Gasto por habitante en reparación y alquiler de calzado en España**

En euros por persona y año



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

los incrementos del 17,3% y del 12,1% registrados en el producto para mujer. Por su parte, las ventas de calzado infantil en España aumentaron por debajo del producto para adulto, con alzas del 17,1% en 2021 y del 9,7% en 2022, año en que las ventas alcanzaron los 800 millones de euros.

### Gasto por habitantes, por segmentos

La Encuesta de Presupuestos Familiares ofrece también datos sobre la evolución del gasto de las familias españolas en los diferentes segmentos de calzado. En este caso, la encuesta que realiza anualmente el INE, y que sirve entre otras cosas como base para establecer las ponderaciones del Índice de Precios al Consumo (IPC), sitúa en 53,45 euros el gasto medio por habitante en calzado de mujer.

En comparación con 2021, el gasto por habitante en calzado femenino subió un 1,6%, aunque todavía se sitúa un 18,3% por debajo de las magnitudes anteriores a la pandemia: en 2019, el gasto por habitante en calzado para mujer ascendió a 65,44 euros en España.

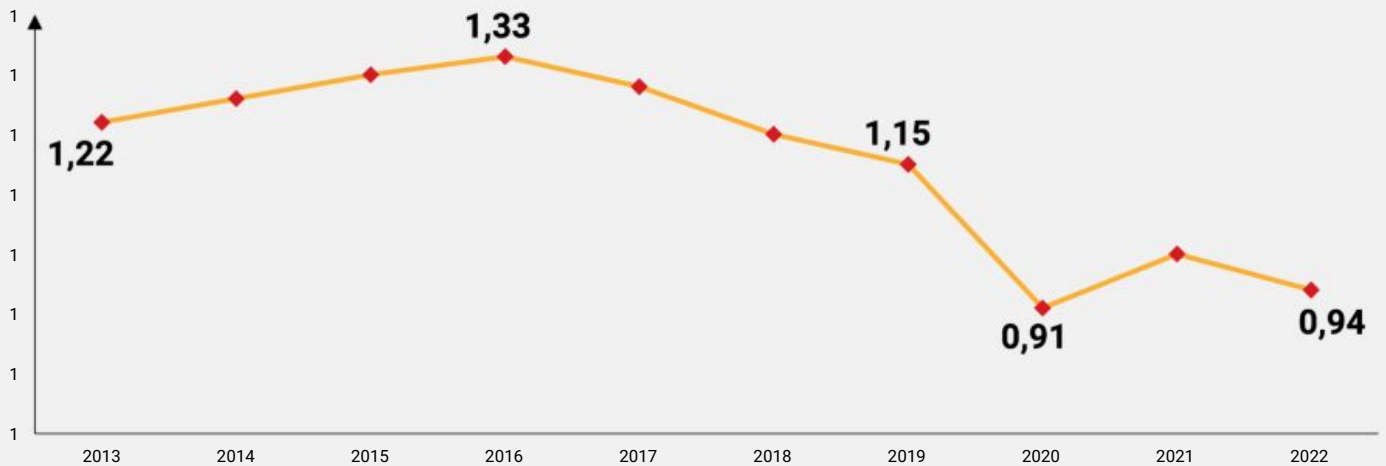
Asimismo, el gasto por habitante en calzado masculino en España se elevó un 4,7% en 2022, hasta 46,55 euros. La distancia respecto a las magnitudes prepandemia, cuando el gasto en este segmento se situó en 51,48 euros por persona, es del 9,6%.

Por su parte, el calzado de niño y bebé es el único que se redujo en 2022 en España, con

## El gasto por habitante del calzado de mujer en España está todavía un 18,3% por debajo de las cifras anteriores a la pandemia

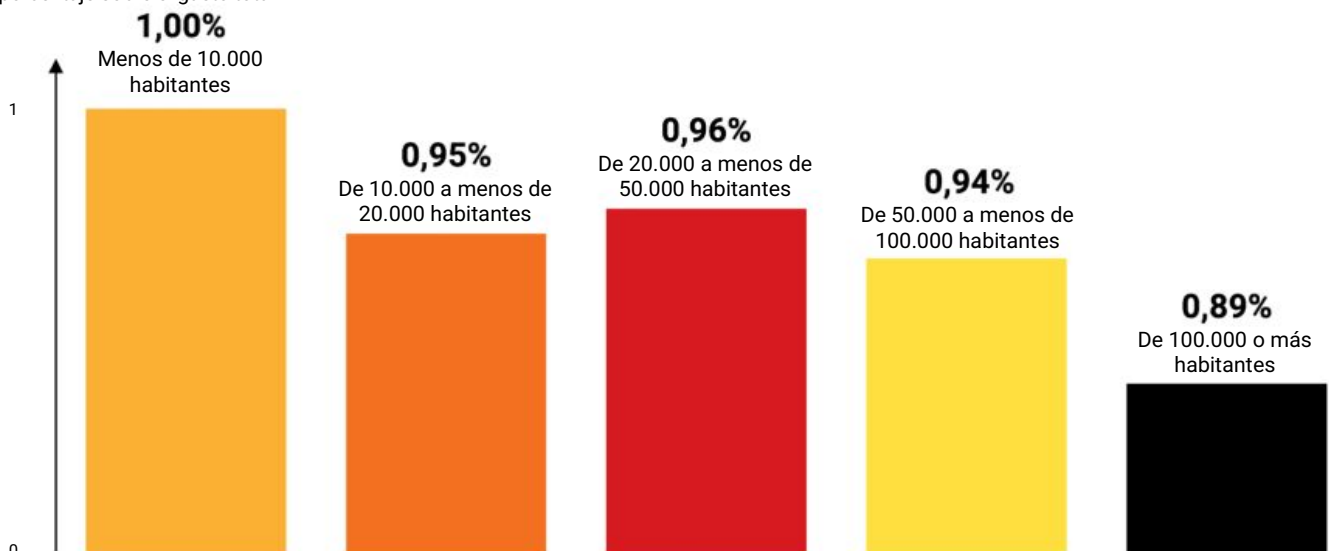
### Peso del gasto en calzado en el presupuesto de las familias en España

En porcentaje sobre el gasto total



### Peso del gasto en calzado en el presupuesto de las familias por habitad en España

En porcentaje sobre el gasto total

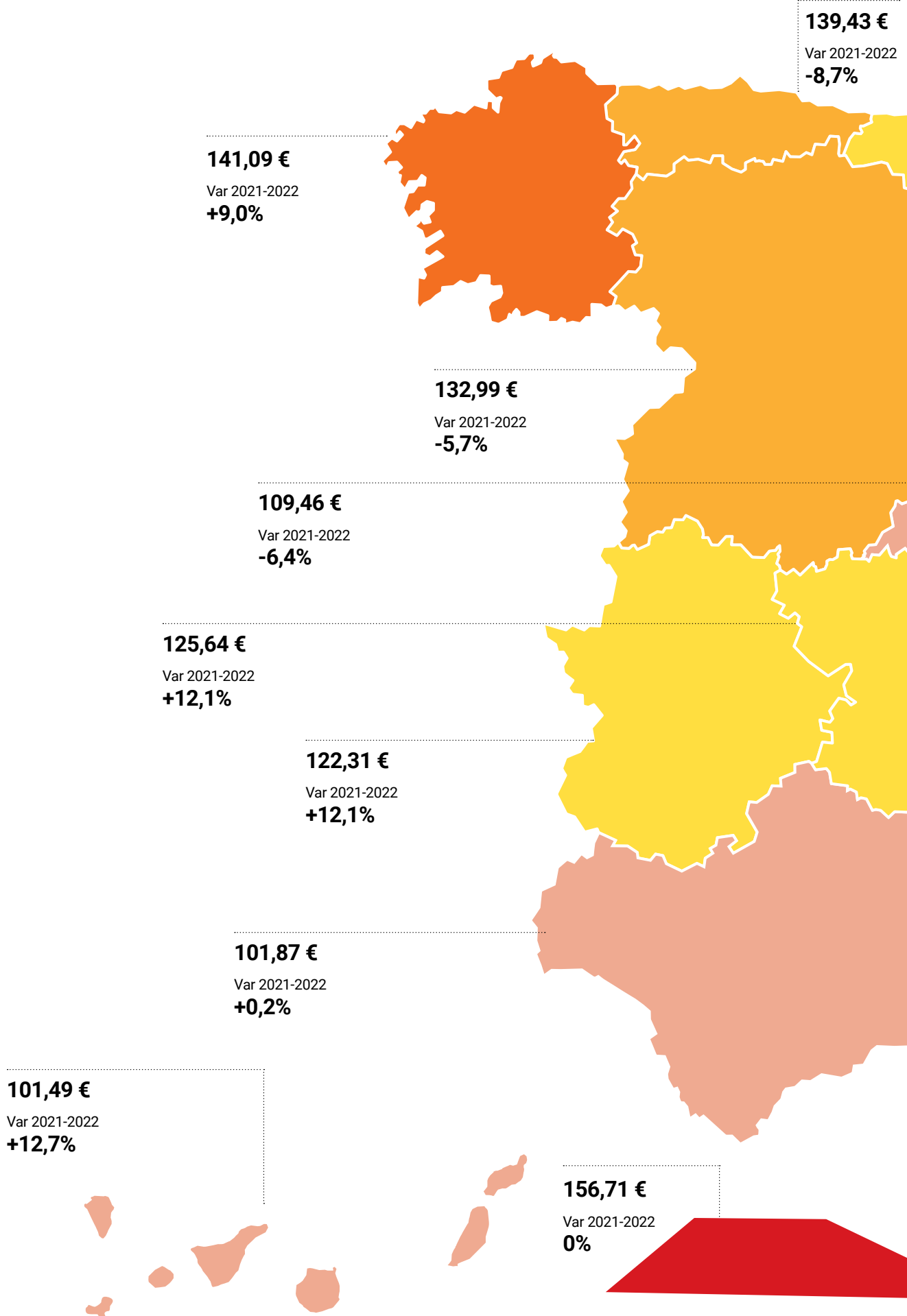


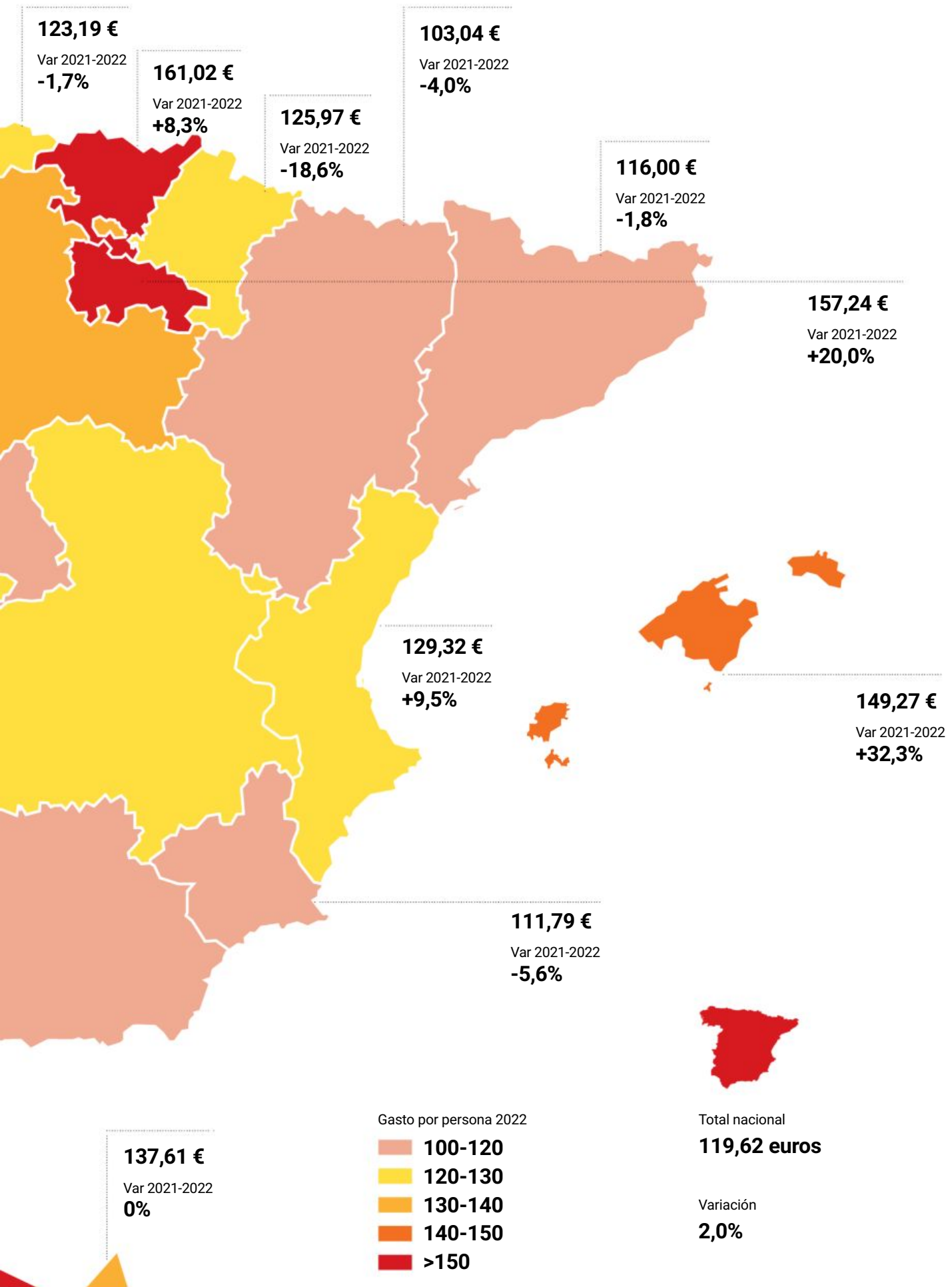
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

## Gasto en calzado en el presupuesto de las familias por habitat en España

Gasto por persona y año, en euros. Variación, en porcentaje

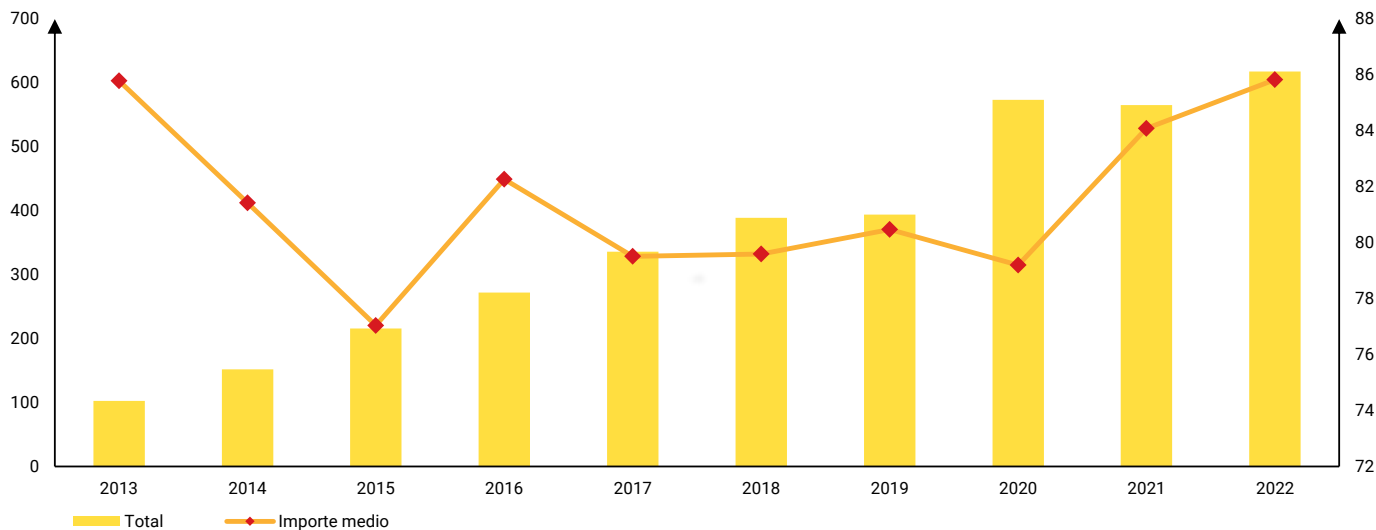
Consumo





### Ventas de calzado y artículos de cuero a través de comercio electrónico

Valor, en millones de euros, e importe medio, en euros

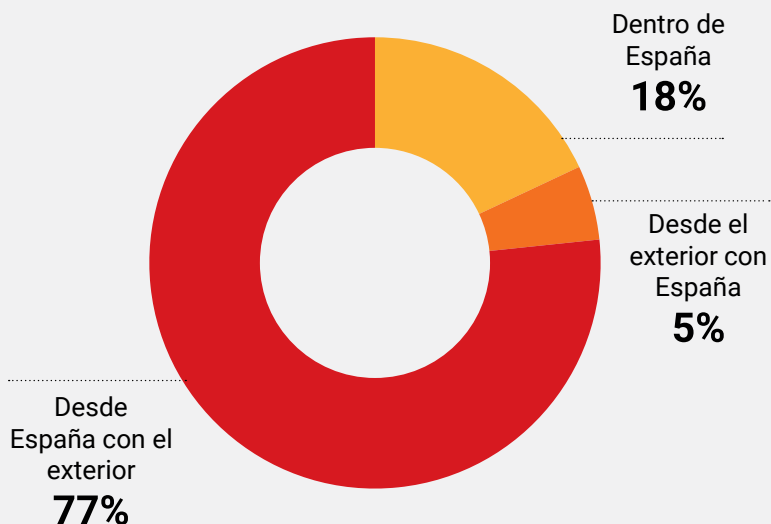


Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

### Ventas de calzado y artículos de cuero a través de comercio electrónico por origen y destino

En porcentaje sobre el valor total

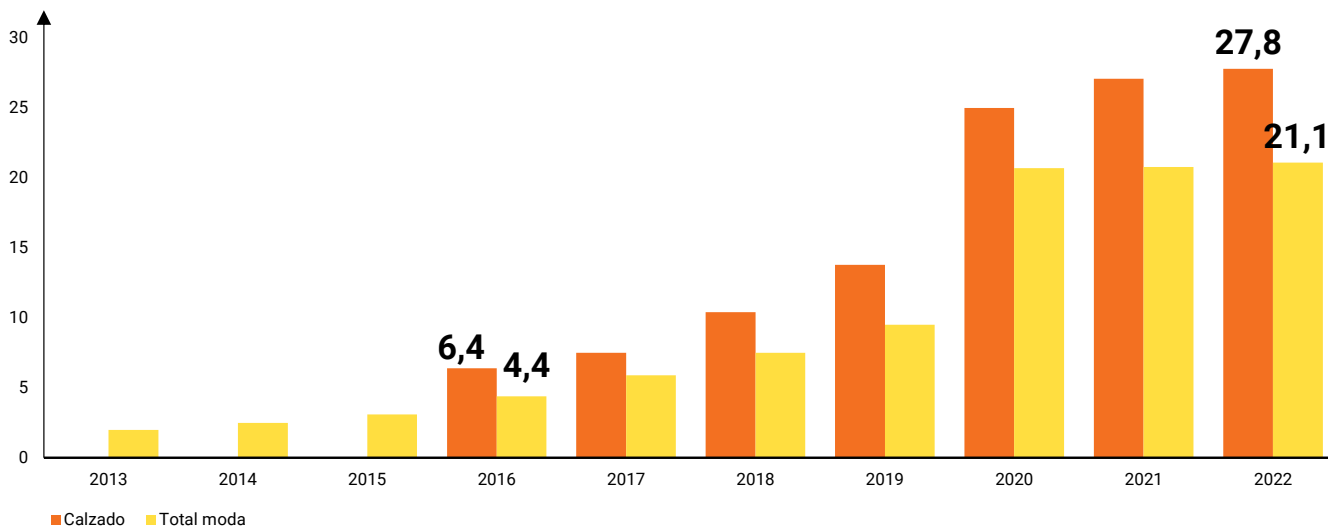
Consumo



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

### Peso del ecommerce sobre el total de las ventas de moda y calzado en España

En porcentaje sobre el valor total



Fuente: Kantar

una bajada en comparación con el año anterior del 5,3%, hasta 18,59 euros por habitante. No obstante, en 2021 el salto adelante fue elevado, del 17,3%, por lo que la distancia respecto a cifras de 2019 se sitúa en un 15,7%. En el último año antes del estallido de la pandemia en España, el calzado de niño y bebé llegó a un gasto por habitante de 22,05 euros.

El INE también contabiliza el gasto en reparación y alquiler de calzado, con un peso testimonial pero una evolución en fuerte ascenso. En 2022, el gasto por persona fue de 1,03 euros, un 80,7% más que en 2021.

### Calzado en el comercio electrónico

La pandemia supuso un revulsivo para las ventas online de la moda en España que también capitalizó el calzado. Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc), en 2020 llegaron a 573,8 millones de euros, un 45,5% más que en 2019. El *boom* del ecommerce se paralizó en 2021, coincidiendo con una progresiva vuelta a la normalidad en la actividad comercial tradicional, y las ventas online cayeron un 1,4%.

Sin embargo, en 2022 el calzado online volvió a las subidas: las ventas por Internet en España se elevaron un 9,2% y alcanzaron un nuevo récord histórico, de 617,85 millones de euros.

El 77% de este volumen de ventas corresponde, según la Cnmc, a operaciones desde España con el exterior, el 5%, a operaciones desde el exterior con España, y el 18% a operaciones con origen y destino en el mercado nacional.

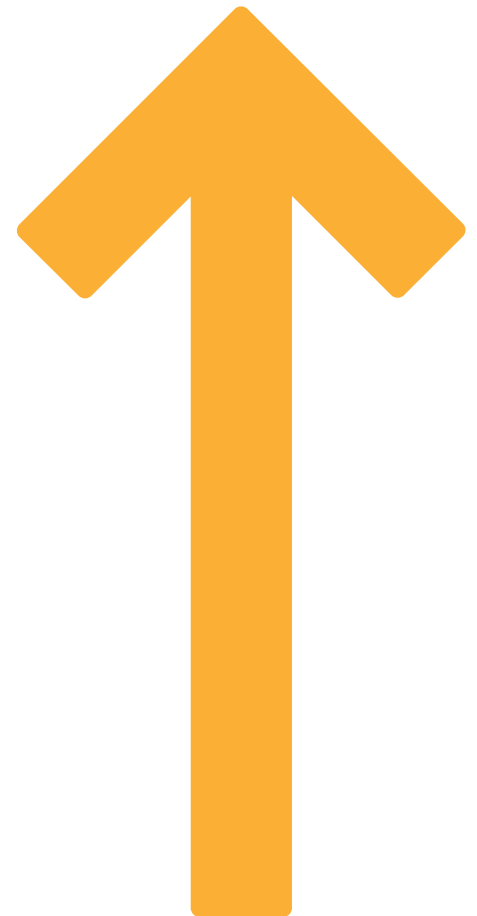
El importe medio de las transacciones online de calzado también ha enfilado una recuperación, después de que en 2020 tocara suelo en 79,20 euros por operación. En 2022, el ticket medio de las ventas online de calzado llegó a 85,83 euros, superando incluso los 85,79 euros de 2013.

La progresión de las ventas online ha hecho que el comercio electrónico sea cada vez más importante para el calzado, que ha tenido históricamente un mayor éxito en Internet que el conjunto el sector de la moda.

En este sentido, según datos de Kantar, el comercio electrónico copaba en 2019 el 13,8% de las ventas totales en valor de los productos de calzado en España, frente a un 9,5% que el ecommerce concentraba en el conjunto de las ventas de moda (incluyendo prendas, accesorios, calzado y textil hogar).

La pandemia niveló estas proporciones, con una tasa de ventas online del 25% en el calzado y del 20,7% en el conjunto de la moda, pero el diferencial ha vuelto a incrementarse.

En el último año, las ventas online concentraron el 27,8% de la facturación minorista del sector del calzado en España, frente a un 21,1% que alcanzaron en el conjunto del sector de la moda en el país.



#### Vuelve la tendencia a reparar

La reparación y el alquiler de calzado es una categoría de gasto residual en los presupuestos de las familias que, además, ha caído con fuerza en los últimos años: en 2012 llegó a 2,50 euros por habitante y en 2021 se había reducido a 57 céntimos. Sin embargo, el resultado de 2022 puede apuntar a una tendencia: en un solo año el gasto en esta categoría de servicios aumentó un 80,7%, hasta 1,03 euros.

Reservados todos los derechos.  
Quedan rigurosamente prohibidas, sin  
la autorización escrita de los titulares  
del copyright, la copia o distribución  
de parte o la totalidad del presente  
documento bajo cualquier método  
o procedimiento, comprendidos la  
reprografía y el tratamiento informático.

**Impulsa:**

**shoes<sup>TM</sup>  
from  
spain**

Federación  
de Industrias  
del Calzado  
Español

**Patrocina:**

 **BIGCOMMERCE**

**Elabora:**

**Modaes**



# DE LA PASARELA AL CARRITO

LAS PRINCIPALES MARCAS DE MODA  
DEL MUNDO CONFÍAN EN BIGCOMMERCE