

Zapatos con 'glamour' español

Las zapaterías empiezan a publicitar el calzado español como reclamo, pero la producción nacional decrece y aumentan las exportaciones desde España de productos fabricados fuera

J. F.

Nuestros artículos están fabricados en España». Últimamente se han empezado a colgar estos carteles en muchas zapaterías repartidas por toda la geografía española. El calzado patrio se ha convertido en un reclamo para muchos españoles y, por supuesto, allende las fronteras, donde el producto *made in Spain* empieza a ser muy valorado.

Buena muestra es que fabricantes como el estadounidense Stuart Weitzman han elegido Alicante para producir sus zapatos, que calzan, entre otras, Michelle Obama. «Nadie fabrica mejor calzado que los españoles», dijo en una entrevista reciente. Incluso, en el sector hablan de un productor chino que se ha instalado en España para introducir desde aquí zapatos a su país. Es el camino a la inversa.

Zapatería Gloria, situada en Canillejas, un barrio periférico de Madrid, es una de esas zapaterías que han apostado por vender calzado español. Su gerente comenta que en septiembre el dueño decidió colgar el cartel como reclamo y declara que cada vez hay más gente que pregunta por el zapato español. Por eso, casi todo su muestrario está hecho en España. En sus escaparates se pueden ver Fluchos, Pítillos o Callaghan entre otras marcas nacionales. No obstante, reconoce que en verano sí venden algún zapato chino, sandalias y productos de menor nivel.

Cambios en el consumo
Imanol Martínez, responsable de *marketing* de la Federación de Industrias de Calzado de España (FICE), reconoce que ha aumentado en España el interés por el zapato español, aunque lo atribuye más a un esfuerzo de las marcas para posicionarse en el mercado interior y por un cambio en el consumidor, que empieza a rechazar el zapato de 'usar y tirar' y no está dispuesto a pagar por malos productos.

No obstante, depende mucho de los segmentos, especialmente de edad, pues los adolescentes siguen apostando por la cantidad en vez de por la calidad. Desde 2006, la FICE mantuvo una campaña para fomentar el producto nacional dentro de España, que finalizó el año pasado.

Con elegancia y muy españoles

Desde la patronal del calzado español se duelen de que muchas de las marcas españolas de prestigio se consideren extranjeras en su tierra. Quizá tenga que ver que las marcas optan por denominaciones en inglés o italiano. Pero Callaghan, Lotusse, Martinelli, Panama Jack o Mustang, entre otras, son cien por cien españolas.

- Camper ● Pikolinos ● Panama Jack ● Unisa ● Hispanitas ● Grupo Mustang ● Gioseppo ● Mascaró/Pretty Ballerinas ● Callaghan ● Fluchos ● Chiruca ● Art ● El Naturalista ● Lodi ● Pura López ● Castañer ● Chie Mihara ● Flavio Menorca ● Pedro Miralles ● Xti ● Pedro García ● Lotusse ● Barrats ● George's ● Paco Herrero ● Pertini ● Magnanni ● Lola Cruz ● Pablosky ● Garvalin ● J'hayber ● Kelme ● Joma ● Victoria ● Munich ● Sendra Boots ● Pítillos ● Martinelli ● Rebeca Sanver ● Calce ● 24hrs



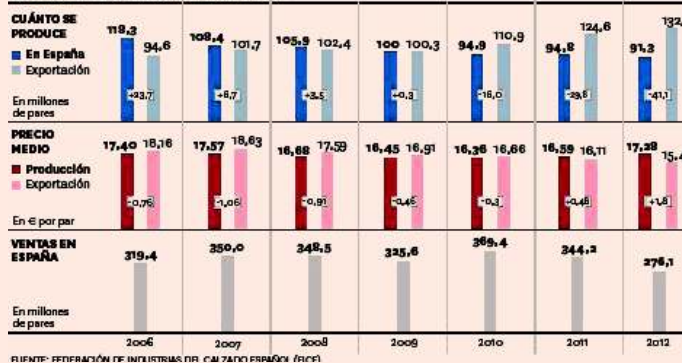
Sin embargo, todo son elucubraciones, pues el sector no tiene datos de qué cuota de mercado tiene el zapato español en el mercado interior. Martínez declara que es complicado saber, dado el cruce entre importaciones y exportaciones, pues muchos pares de zapatos que entran en Es-



Los carteles que anuncian la producción nacional cada vez se ven en más escaparates.

J. F.

EL MUNDO DEL CALZADO EN ESPAÑA



H. DE PEDRO

paña son reetiquetados y vendidos en el exterior.

Las cifras conocidas arrojan una paradoja económicamente difícil de explicar. El pasado año se fabricaron en España 91,3 millones de pares y, sin embargo, constan como 132,4 millones de pares exportados. Debe de ser el único sector en España cuyas exportaciones superaran en más de un 50% la producción.

Martínez reconoce que numerosas marcas conocidas importan zapatos que reenvían a otros mercados, contabilizándose como exportaciones españolas, un fenómeno surgido con la crisis.

En 2006, las cuentas salían, pues en España se fabricaban 118 millones de zapatos y se exportaban 94 millones. La relación entre la producción y la exportación cambió en 2010, cuando, por primera vez, los pares exportados superaron a los producidos.

El directivo de la patronal del calzado rechaza que los zapatos importados por fabricantes españoles se reetiqueten como *made in Spain*. «Sería ilegal», sentencia. Algo difícil de comprobar, entre otras cosas, porque la legislación europea no exige que los productos identifiquen su procedencia.

Sin embargo, expertos del sector ajenos a la industria reconocen que en algunos polígonos españoles se acumulan los zapatos importados a la espera de ser embalados en cajas con el sello Fabricado en España.

Antonio Sáenz, gerente de Fluchos, una marca ubicada en Arnedo (La Rioja), remarca la paradoja de que en España no sea obligatorio identi-

17,28

euros fue el precio medio de producción de un par de zapatos en España, unos céntimos por debajo del coste en 2006 y 2007

car la procedencia del calzado cuando en México se exige que conste. Flucho tiene una producción de un millón de zapatos, todos fabricados en España, de los que el 60% se destina al mercado interior y el restante se exporta a 31 países. «Los españoles no analizan los efectos sobre la salud de los zapatos ni valoran su diseño. Se preocupan más en el caso de la ropa», dice. Y reconoce que la gente compra lo que quiere o lo que puede y es difícil luchar contra el producto chino.

Otros fabricantes españoles como Inditex, el número uno, Pikolinos, Lotusse o Camper han declinado participar en este reportaje.