LederPiel • Revista técnica de la piel y su manufactura
www.lederpiel.com

MO MAD

El calzado de Portugal está de moda (1ª parte)

Revista del Calzado | 15 junio, 2018 | Comentario

Museo del Calzado de Portugal.

Portugal está de moda. Nuestro país vecino ha pasado de ser rescatado por el **Banco Central Europeo** en 2011, de registrar una tasas elevadísimas de paro y sufrir una de las peores crisis económicas de su historia a, en tan solo unos años, volver a crecer y presentar una cuentas saneadas y solventes. Pero, su actual éxito no solo se refiere al ámbito financiero y político, sino que Portugal también ha sufrido una radical transformación social espoleada por sus recientes éxitos deportivos (campeones de la **Eurocopa** en 2016), musicales (vencederos en la edición de 2017 de **Eurovisión**), turísticos (elegido mejor destino turístico mundial en 2017) y diplomáticos (desde 2017 el luso **António Guterres** es el secretario general de las **Naciones Unidas** y otros compatriotas suyos también lideran el Eurogrupo y la **Comisión Europea**). Portugal está de moda, Portugal es *sexy*.

Precisamente, el lema del sector portugués del calzado hace referencia a esta misma capacidad de atracción y se define como «la industria más *sexy* de Europa». Porque si la economía portuguesa está despuntando y sus ciudadanos abandonan la saudade para abrazar el optimismo, la industria de calzado del país vecino no se queda atrás en cuanto a crecimiento e inmejorables perspectivas de desarrollo de cara a los próximos años. El calzado es actualmente uno de los sectores más importantes y con mayor peso para la economía portuguesa y uno de los que mejores cifras obtiene en los mercados exteriores. En apenas dos décadas el calzado luso se ha sabido transformar para adaptarse a un mundo globalizado y a unos gustos del consumidor en constante cambio. Si hace 20 años las fábricas portuguesas se caracterizaban por la producción intensiva y por una manufactura anclada en la tradición semiartesanal, en la actualidad destaca por su incorporación a los nuevos procesos de fabricación robotizada y por la implantación en sus líneas de producción de los más modernos avances tecnológicos. En palabras del primer ministro de Portugal, **António Costa**, «el sector del calzado de Portugal ha tenido la habilidad de reinvertirse a sí mismo a través de una fuerte inversión en innovación».

Tras la italiana y española, la portuguesa es la tercera industria de calzado más potente y con mayor volumen de producción de Europa. Este éxito, logrado en tan poco tiempo, se asienta en tres pilares fundamentales: la apuesta por la internacionalización, la creación de un clúster industrial fuerte y cohesionado y la fuerte inversión en tecnología para modernizar los centros de producción.

	2010	2017	2010/2017
EMPRESAS	1.245	1526	+23%
Empleados	32.132	40.080	+25%
EXPORTACIONES			
Millones de pares	69	83	+20%
Millones de euros	1.297	1.965	+52%
IMPORTACIONES			
Millones de pares	66	58	-12%
Millones de euros	426	623	+46%
BALANZA COMERCIAL			
Millones euros	872	1.342	+54%

Datos de interés de la industria del calzado de Portugal. Fuente: Apiccaps. Elaboración propia.

Internacionalización
Según los últimos datos facilitados por la Asociación Portuguesa de Industrias del Calzado, Componentes y Artículos de Piel y sus Sucedáneos (**Apiccaps**), el sector portugués de calzado está compuesto por 1.526 empresas, que dan empleo a unos 40.080 trabajadores. Su producción anual rondó el pasado año los 87,64 millones de pares, de los cuales cerca del 95 por ciento se destinó a la exportación. En este sentido, en 2017 las ventas de zapatos al exterior alcanzaron un valor de 1.965 millones de euros. El calzado de Portugal ya está presente en más de 150 países de todo el mundo, entre los que destaca, por orden de mayor valor de las exportaciones en 2017, **Francia** (410 millones de euros), **Alemania** (376 millones de euros), **Países Bajos** (281 millones de euros), **España** (174 millones de euros) y **Reino Unido** (125 millones de euros). Con estos datos de 2017, el calzado portugués ya acumula un período de ocho años consecutivos de crecimiento. Entre 2010 y 2017, el valor de las ventas al exterior de zapatos lusos ha aumentado un 52 por ciento. Aunque, por el momento, el destino de las exportaciones del calzado de Portugal se encuentra principalmente en países de la **Unión Europea** (en concreto, el 86 por ciento), en los últimos años las empresas del sector han puesto en marcha un proceso de diversificación de mercados, como, por ejemplo, **Corea del Sur**, **Chile**, **Rusia** o **Finlandia**; marcándose como principal objetivo en un futuro próximo el abordaje de los **Estados Unidos** como mercado estratégico y con mayores perspectivas de crecimiento. Para acometer esta internacionalización, el calzado portugués ha apostado decididamente en los últimos años por la participación de sus empresas en las principales ferias de sector de todo el mundo. De este modo, alrededor 180 firmas zapateras de Portugal participan regularmente en los principales eventos feriales de **Italia**, Alemania, España y Francia, además de **Japón** y **Estados Unidos** en los últimos años.

1	FRANCIA	410
2	ALEMANIA	376
3	PAÍSES BAJOS	281
4	ESPAÑA	174
5	REINO UNIDO	125
6	DINAMARCA	107
7	ESTADOS UNIDOS	72
8	ITALIA	54
9	BÉLGICA	48
10	OTROS	316

Principales mercados de exportación de calzado de Portugal en 2017. Fuente: Apiccaps. Elaboración propia.

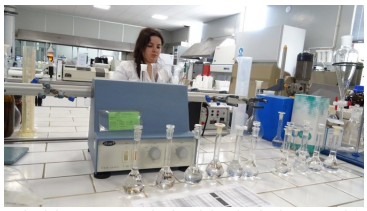
Clúster
La industria productora de zapatos en Portugal está concentrada en dos centros geográficos muy determinados: en los municipios de **Felgueiras** y **Guimaraes** en los alrededores de **Oporto** y, por otro

lado, en **Santa Maria da Feira**, **Oliveira da Azeméis** y **Sao Joao da Madeira** más cerca de **Lisboa**. Estos dos clústeres no solo se constituye con empresas productoras de calzado sino que también forman parte de ellos tanto las firmas de componentes para el calzado como los fabricantes de artículos de cuero. La concentración en un espacio geográfico tan reducido de todos los elementos implicados en la fabricación de un zapato ha conseguido crear una red de colaboración eficiente y rápida. En gran medida, esta unión sectorial ha sido fruto del trabajo de Apiccaps, patronal del sector que ha vertebrado la industria portuguesa de calzado y anexas y ha liderado la modernización del sector desde su fundación en 1975.

Industria 4.0
Junto a la internacionalización y a la creación de un clúster robusto y cohesionado, el tercer pilar del éxito del calzado de Portugal lo encontramos al analizar su decidida apuesta por la innovación y su adaptación a una economía dominada por las herramientas digitales. Para ello, hace tres años la industria zapatera lanzó el programa **FOOTure 4.0**, en el que se han invertido 49 millones de euros con el objetivo de promover la introducción de nuevas metodologías de la era digital en las fábricas de trabajo. En total, plan de acción incluye 14 líneas de actuación estructuradas en cuatro ejes estratégicos: innovación en la experiencia del consumidor, producción inteligente, cualificación de los recursos humanos y liderazgo y coordinación sectorial. En el proyecto están involucrados más de 70 socios, entre los que podemos encontrar empresas de calzado y componentes, universidades y centros tecnológicos.

Instalaciones de la firma Ricap.

Zona de montaje de AMF.


Laboratorio del Centro Tecnológico del Calçado de Portugal (CTCP).

Fábrica de Fly London.

Almacén de la empresa Foreva.

Fábrica de Luís Onofre.

El calzado de Portugal está de moda (2ª parte)

Tweetar Gosto 78 Compartir

Tags: Featured, full-image, Portugal

Categoría: Actualidad

Dejar comentario

Nombre (obligatorio)

Email (obligatorio; no será publicado)

Website

Refrescar

Captcha

Enviar Comentario

« Crocs también para los más pequeños
Timberland protegerá la propiedad intelectual de sus modelos »