

La Industria del calzado en la Argentina

Centro de Estudios para la Producción
Secretaría de Industria, Comercio y PyME
Ministerio de Economía y Producción
Junio de 2009

Características generales



- La industria del calzado se caracteriza por producir bienes de consumo masivo, cuya demanda presenta una alta sensibilidad al ingreso medio de la población.
- El sector puede dividirse en dos segmentos bien diferenciados, teniendo en cuenta el tipo de uso del calzado:
 - **Deportivo:** de *performance*¹ y de tiempo libre.
 - **No deportivo:** de vestir y especiales (de trabajo o seguridad).
- En el actual esquema productivo mundial se observa que los principales centros de diseño y fabricación de calzado de gama alta son Italia, España, Portugal y Francia. Por su parte, la producción de calzado de gamas media y baja y calzado deportivo se realiza en países con costos laborales bajos como China, India, Indonesia y Vietnam. Los centros de diseño de este tipo de calzado se ubican en Estados Unidos y Europa.
- Otros países en desarrollo como Brasil y México son importantes productores de calzado de cuero de gama media y deportivo de *performance*.
- En Argentina, las empresas productoras de calzado históricamente se han especializado por segmento (deportivo, no deportivo y sus respectivas derivaciones) y no necesariamente por tipo de material. No obstante, en la actualidad existe una tendencia hacia la desespecialización productiva de las firmas: una parte significativa del empresariado se dedica a la producción de diversos tipos de calzado.

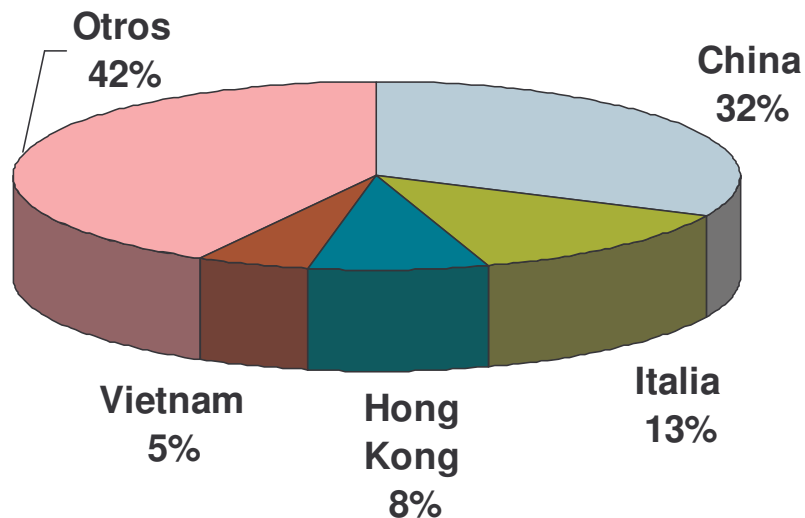
1) El calzado deportivo de *performance* es aquel que se utiliza en la práctica de algún deporte.

Panorama Internacional

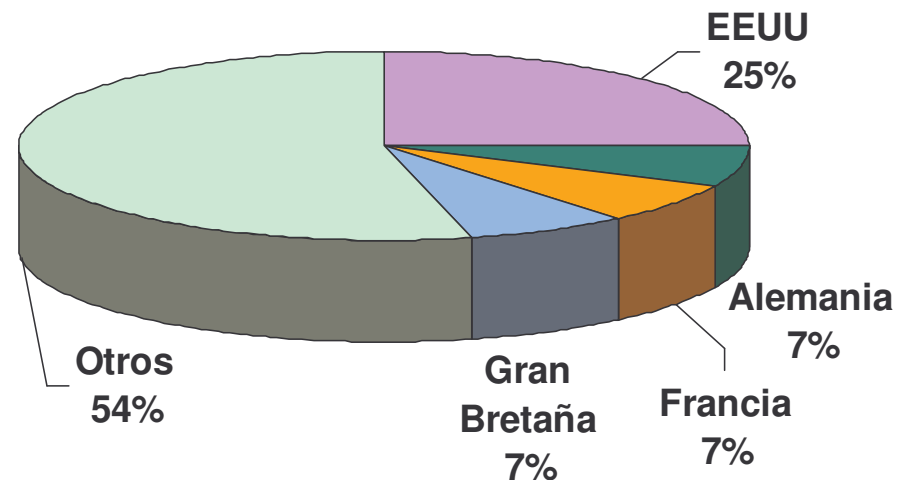


- El comercio internacional del calzado se ha expandido en los últimos años y alcanzó en 2007 aproximadamente los US\$ 75.000 millones, superando en un 13% el comercio registrado en 2006
- China (incluido Hong Kong) es el principal exportador en el mercado mundial, concentrando el 40% de las mismas. Detrás se encuentran Italia y el resto de los países europeos productores de calzado alta gama; asimismo cabe destacar la presencia de Brasil como octavo exportador mundial en 2007. Por su parte, Estados Unidos y los principales países europeos son los principales importadores y a su vez también son los principales centros de consumo.
- Respecto del comercio de calzado por tipo de material, el 60% corresponde a calzado de cuero, mientras que el 23% es calzado de caucho o plástico. El comercio restante se divide en calzado textil (12%) y los demás calzados (incluye por ejemplo calzado impermeable, 5%)

Principales exportadores año 2007



Principales importadores año 2007



Esquema productivo de la cadena



Fuente: CEP sobre la base de información de la Cámara de la Industria del Calzado (CIC) y otros.

Mercado Local



- La industria del calzado explica el 1% del Valor Bruto de Producción (VBP) industrial y representa alrededor del 35% del VBP de la cadena del cuero (2008).
- El 2008, el consumo aparente (CA)¹ fue de alrededor 124 millones de pares, representando la producción nacional el 76% del total.
- Alrededor del 60% del calzado fabricado en el país se realiza en base a cuero, insumo que se produce localmente siendo de buena calidad y cuyo abastecimiento se puede conseguir a precios relativamente bajos. El resto de los insumos corresponde a otros materiales como textiles, caucho y plástico.
- La industria está integrada por alrededor de 800 empresas mayormente PyMEs, que emplean a más de 30.000 personas en forma directa (registradas y no registradas) y generan más de 15.000 puestos de trabajo indirectos².
- El 90% de las firmas están localizadas en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, el resto se distribuye entre Córdoba y Santa Fe.
- Existen dos temporadas en este mercado: la temporada otoño – invierno y la temporada primavera – verano. A raíz que los principales centros de diseño de calzado se encuentran en Europa y Estados Unidos, Argentina es tomadora de moda a contra – estación.

1) El consumo aparente es una aproximación de la ventas al mercado interno y se calcula como la suma de la producción más las importaciones menos la exportaciones. El margen de error corresponde a la variación de stocks.

2) Dentro del trabajo indirecto se incluye a aquellas tareas que suelen ser tercerizadas como por ejemplo la costura de la capellada. También se incluye al transporte, la distribución y el comercio

Estructura de mercado



Segmento	Rubros	Principales empresas	Grado de concentración
Calzado deportivo	<i>Performance</i>	Adidas, Nike, VDA (filial de Vulcabrás), Fila, Umbro, Unisol, Alpargatas Calzados, Penalty, Perchet (del grupo Paquetá).	AC
	De tiempo libre	Gaelle, Oxigeno Shoes, Converse, Merrell	MC
Calzado no deportivo	De vestir	Grimoldi, Boating, Gravagna, Farji, Briantino, Only Cuer, Tosone, Giorgio Beneti, Lady Stork	MC
	Para niños y bebés	Plumitas, Titanitos, Arians, Calzados Ferli, Marcel Gándara, Toot, Hey Day	MC
	Otros	Calzados Argentinos, Industrias Contardo, Macsi, Manufatura Argentina de Botas	AC

Nota: Se considera que hay **Muy Alta Concentración (MAC)** cuando 3 o menos empresas concentran el 85% del mercado; **Alta Concentración (AC)** cuando 6 a 7 empresas poseen el 70% u 80% del mercado ó 3 empresas tienen el 50% del mercado y **Mediana Concentración (MC)** cuando 3 a 6 empresas controlan entre el 40% y el 50% del mercado.

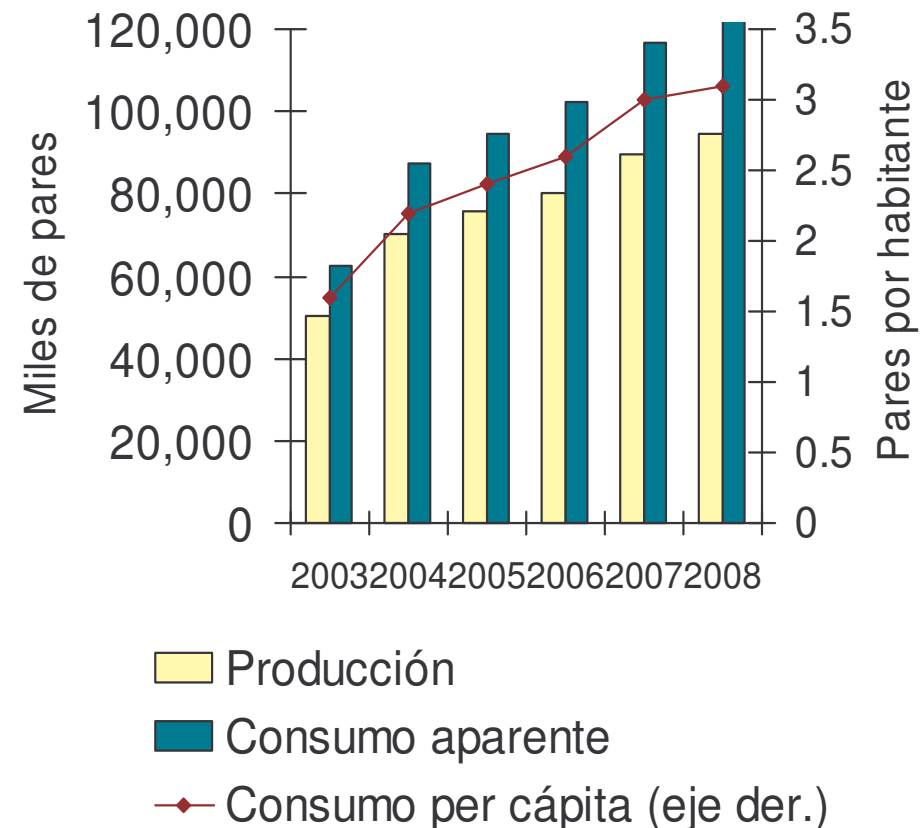
Fuente: CEP en base a información de empresas,

Evolución del sector: 2003-2008 (I)



- Impulsados por la recuperación del mercado doméstico, entre 2003 y 2008, la producción y el consumo interno de calzado crecieron el 90% y el 100% respectivamente, alcanzando el último año el máximo histórico de 94,6 y 124 millones de pares.
- En 2008 el consumo per cápita se ubicó en los 3,1 pares, siendo éste mayor al promedio mundial (2 pares) y menor a la media de los países desarrollados, como Estados Unidos (6,5 pares).
- El coeficiente de importaciones sobre consumo aparente ha sido del 26% en el año 2008, ubicándose levemente por encima del promedio del período 2003 – 2008 (23%).

Evolución de la producción, del consumo aparente y del consumo per capita



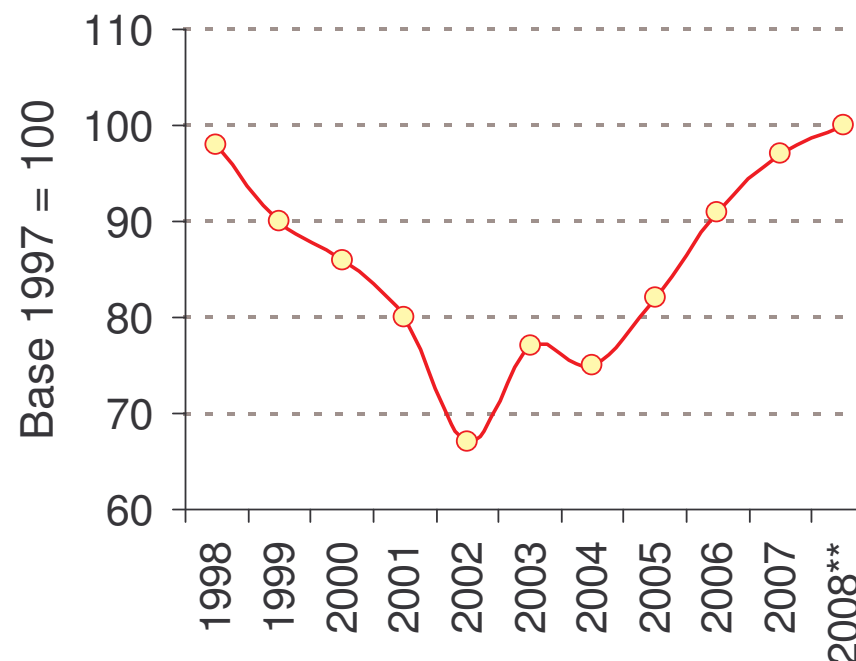
Fuente: CEP en base a CIC

Evolución del sector: 2003-2008 (II)



- En el último lustro, el empleo registrado del sector creció un 31%, lo que significó la creación de más de 5.800 nuevos puestos de trabajo.
- Así, en 2008 la ocupación trepó a los 24.900 trabajadores, superando la cantidad de trabajadores ocupados de la segunda mitad de la década pasada y llegó a ser el pico de los últimos diez años.

Evolución del empleo*



Nota (*): Corresponde a trabajadores registrados.

(**); Datos del primer trimestre

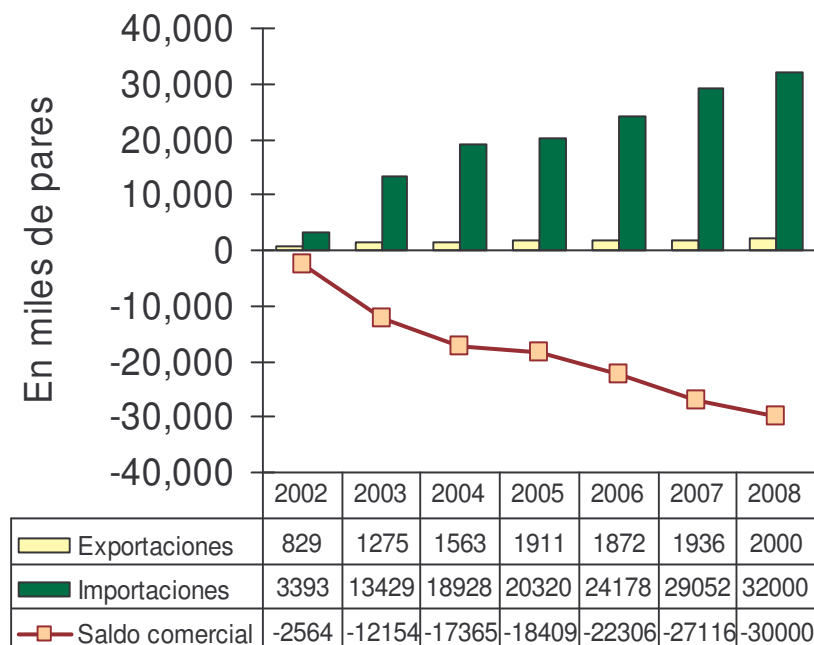
Fuente: CEP en base a SIJP.

Comercio exterior



- La balanza comercial de la industria del calzado es estructuralmente deficitaria.
- Pese al saldo negativo, las exportaciones se expandieron considerablemente entre 2003 y 2007 (11% promedio anual), pero durante el 2008 la dinámica expansiva se ha desacelerado, creciendo sólo un 3% interanual.
- Las importaciones han crecido significativamente en los últimos cinco años (19% promedio anual), acompañando el crecimiento sostenido del mercado interno.
- No obstante, fuentes sectoriales indican que de no ser por la presencia de licencias no automáticas de importación tendientes a controlar el ingreso de calzado del exterior, la participación del producto importado en el mercado local sería considerablemente mayor a la que se observa actualmente.

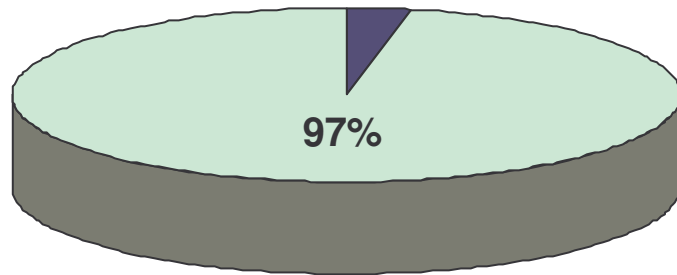
Balanza comercial



Fuente: CEP en base a Indec

Exportaciones

Exportaciones por tipo de calzado. Año 2008



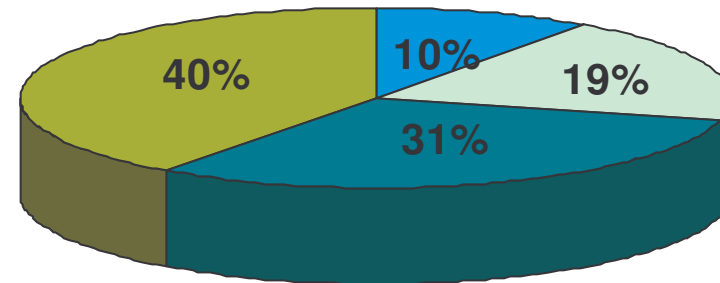
■ Deportivo ■ No Deportivo

Nota (*): Se toma como referencia el 2008 por resultar representativo de los años anteriores.

Fuente: CEP en base a INDEC

- Las exportaciones totalizaron en el año 2008 los 1,9 millones de pares, Prácticamente la totalidad corresponde a calzado no deportivo.
- Están destinadas al mercado regional, donde Uruguay se erige como el principal destino (30%). Detrás se ubican Chile (23%) y Paraguay (13%).

Exportaciones de calzado no deportivo por material. Año 2008



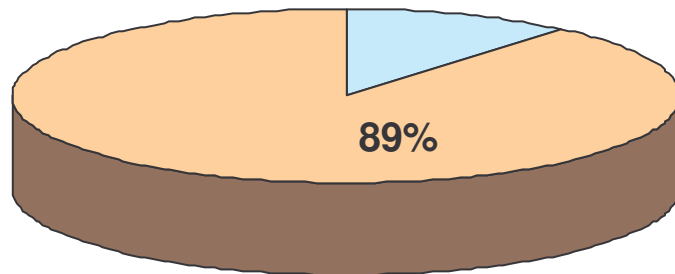
■ Impermeable de caucho o plástico
■ Caucho o plástico
■ Cuero
■ Textil

Fuente: CEP en base a INDEC

- Esta composición varía con relación a los '90, en la cual Brasil fue el principal destino (43%), seguido por Estados Unidos (13%).
- Se exporta fundamentalmente calzado de tela y de cuero. Asimismo, este último tiene el precio de exportación por par más elevado: 29,7 US\$.

Importaciones

Importaciones por tipo de calzado. Año 2008



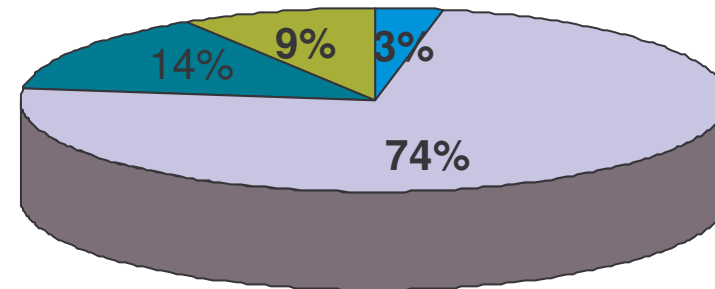
■ Deportivo ■ No Deportivo

Nota (*): Se toma como referencia el 2008 por resultar representativo de los años anteriores.

Fuente: CEP en base a INDEC

- Las importaciones alcanzaron en el año 2008 los 32 millones de pares, de los cuales 28,6 millones corresponden a calzado no deportivo.
- El precio promedio del par de calzado deportivo (US\$ 16,9) es superior al precio promedio del calzado no deportivo (US\$ 10,5).

Importaciones de calzado no deportivo por material. Año 2008



■ Los demás calzados
■ Caucho o plástico
■ Cuero
■ Textil

Fuente: CEP en base a INDEC

- Alrededor del 75% de las importaciones de calzado no deportivo son de caucho y plástico.
- Brasil es el principal origen de las importaciones (60%), seguido de China (30%). Estas proporciones son similares en el caso del calzado deportivo.

Balance y perspectivas



- De la mano de la recuperación del mercado interno, la industria del calzado transitó entre 2003 y 2007 un sendero virtuoso de crecimiento. En el año 2008 el crecimiento del mercado se vio atenuado y para el año 2009, en el marco de la crisis internacional, las expectativas de continuar con el sendero dinámico iniciado con la salida de la Convertibilidad se tornan inciertas.
- Por su parte, existen ciertas preocupaciones en el sector por el creciente ingreso de calzado de origen chino. En este sentido, es importante el rol que tienen las regulaciones existentes para garantizar la producción y el empleo nacional, dado que la participación de las importaciones en el mercado local se ha mantenido relativamente estable en los últimos años.
- Frente a ello, fuentes cercanas al sector consideran para continuar creciendo en el mediano plazo es necesario tender hacia una mayor especialización productiva, avanzando por ejemplo en el diseño diferenciado de calzado de cuero, aprovechando la ventaja comparativa de tenerlo como insumo en el país.
- Una de las principales consecuencias de la exitosa regulación al comercio exterior de calzado ha sido los numerosos anuncios de inversión realizados por empresas extranjeras del sector. En el primer semestre del año 2009 estos anuncios rondaron los US\$ 35 millones, creciendo un 84% respecto de los anuncios del año 2008 completo. Entre los anuncios más significativos se destacan inversiones de la firma brasilera Penalty International y de la firma norteamericana Converse, dirigidos a la producción de calzado en el país.