

Marian Cano, presidenta de AVECAL: “EEUU anunció este mes la suspensión de aranceles al calzado español por un plazo de 180 días”

26/06/2021



La presidenta de la Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado, AVECAL, Marián Cano, comenta en qué momento se encuentra la industria zapatera, en un año marcado por la pandemia. Es un hecho que las empresas de calzado de los municipios de Elda y Petrer, principales centros de producción del calzado de calidad y donde se aglutinan la mayoría de empresas de calzado de la provincia de Alicante, junto con Villena y Elche, se han visto afectados por los efectos de la crisis sanitaria mundial.

Se estima que más de un 80 por ciento de estas empresas de calzado vieron reducida su carta de pedidos durante las dos últimas temporadas, pero de ellas casi un 50 por ciento espera recuperar las ventas a partir del próximo mes de septiembre, coincidiendo con el comienzo de la próxima campaña. La industria del calzado es una actividad en pleno proceso de transformación, buena muestra de ello es que las empresas están apostando por las nuevas tecnologías y materiales ecológicos como revulsivo para lanzar nuevos

productos.

Asimismo, ferias como Momad Madrid, cuya próxima cita será (del 17 al 19 de septiembre) o Micam en Milán (del 20 al 23 de septiembre, en Italia), son dos de los certámenes claves, entre otros, para relanzar la industria del calzado.

¿Cómo cree que ha afectado la reducción de pedidos a las industrias de calzado en la provincia de Alicante?

La situación de incertidumbre generada por la posible subida de los aranceles al calzado español ha producido la deslocalización de pedidos, que ya no se van a poder recuperar esta temporada. De momento, no podemos dar estimaciones concretas sobre cómo ha impactado hasta que no tengamos las cifras de exportaciones para analizarlas con detenimiento.

Parece ser que cerca de un 50 por ciento de las industria zapatera espera recuperar sus ventas el próximo mes de septiembre

No podemos hablar todavía de cifras exactas. No obstante, sí que podemos trasladar que la actividad del comercio minorista del calzado se ha visto reactivada levemente en los meses de abril y mayo, coincidiendo con la reducción de medidas que limitaban la vida social. Este dato hace pensar que de cara a las próximas ferias nuestros clientes vendrán con un ánimo más positivo, aunque creemos que la recuperación de nuestras empresas no empezará a producirse hasta 2022.

¿En qué punto se encuentran las negociaciones relativas a los aranceles estadounidenses a la exportación de calzado español?

El Gobierno de Estados Unidos, a principios de este mes

de junio, ha anunciado la suspensión de la subida de aranceles al calzado español del 25%, por un plazo de hasta 180 días, mientras continúan los contactos bilaterales en relación con la aplicación de las tasas digitales dentro del marco de la OCDE. El anuncio estadounidense ha supuesto un balón de aire para nuestras empresas disipando, aunque sea temporalmente, la incertidumbre que se había generado.

Se estima que solo un 5 por ciento de empresas es reticente a participar o asistir a las próximas citas feriales internacionales, especialmente a la Micam y Momad, ¿qué previsiones hay al respecto?

No sabemos de dónde procede el dato que me comenta, pero le puedo decir que las perspectivas de comercio parecen ser algo más positivas, lo que está animando a participar a las empresas del calzado en las ferias. Sin embargo, hay que ser conscientes de que hasta que no se recupere la movilidad a nivel mundial los expositores de las ferias van a tener dificultades para alcanzar los niveles de actividad que mantenían antes. El carácter de estas ferias internacionales se va a ver reducido hasta que la movilidad entre continentes no se normalice del todo.

¿Son estas ferias claves para relanzar la industria del calzado?

Las ferias de calzado son una herramienta de promoción muy importante para el sector que permite el contacto directo con el cliente, aunque no son la única vía de promoción que dispone nuestra industria. También es cierto que la situación vivida en los últimos meses ha hecho que muchas empresas trabajaran en los showroom virtuales para poder mostrar sus colecciones de manera online a sus clientes. Desde la patronal, pensamos que ambas opciones van a convivir porque el contacto en ferias continúa siendo importante para tomar el pulso al cliente en directo y abrir nuevos mercados.