

# CALZADO Y DISTRITOS INDUSTRIALES EN EL MEDITERRÁNEO: UNA VISIÓN DE LARGO PLAZO

José Antonio Miranda Encarnación <sup>1</sup>

Los países del sur de Europa, con Italia y España a la cabeza, se sitúan entre los principales exportadores mundiales de calzado y esta industria ocupa una posición importante en sus economías, principalmente por el volumen de empleo que genera, con más de 100.000 trabajadores directos en el sector en Italia y más de 46.000 en España, y por el valor de sus exportaciones, que representa cerca del 3 por ciento del valor total de las exportaciones italianas y en torno a la mitad de dicho porcentaje en España. En este artículo se revisa la evolución de la industria del calzado en ambos países en el largo plazo, hasta el presente, y se analiza cómo la concentración del sector en un conjunto de distritos industriales fuertemente especializados ha contribuido históricamente a su competitividad internacional.

## 1. La evolución reciente del mercado mundial de calzado

La producción de calzado de cuero se concentra actualmente en tres grandes áreas del mundo: Extremo Oriente, Europa y Latinoamérica. Los países que integran estos tres espacios aportan en torno al 90 por ciento de la producción mundial y más del 95 por ciento del valor de las exportaciones de calzado. Extremo Oriente es el área con un mayor volumen de producción y donde la industria ha registrado un crecimiento más intenso en las últimas décadas. Medida en pares, la producción asiática se incrementó a una tasa media anual acumulativa por encima del 7 por ciento en los últimos 25 años del siglo XX. Ello permitió a este área desplazar a los países europeos de la primera posición mundial, al menos por el número de pares producidos, desde los años 90. El rápido crecimiento se apoyó en la ampliación del consumo interno, pero más todavía en el despegue de las exportaciones, que absorbieron casi un 60 por ciento del aumento de la producción. La participación de Extremo Oriente en el valor del comercio internacional de calzado de cuero, que a mediados de la década de 1970 representaba todavía menos del 5 por ciento del total, en el año 2000 se había elevado por encima del 39 por ciento (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, 1980, 1983 y 2003).

En una primera fase, hasta 1990, la expansión de las exportaciones de calzado asiático estuvo protagonizada principalmente por Taiwán y Corea del Sur. A partir de entonces, sin embargo, la producción y las exportaciones de calzado de ambos países no dejaron de dismi-

---

<sup>1</sup> Universidad de Alicante.

nuir y fue la República Popular China la que no sólo compensó la práctica desaparición del calzado de Taiwán y Corea del mercado mundial, sino que relanzó la penetración asiática en dicho mercado. En el año 2000, China aportó más de las tres cuartas partes del valor de las exportaciones de calzado de cuero del área y casi un tercio de la exportación mundial de este producto. También a partir de los años 90 se produjo un despegue de las exportaciones de calzado de Vietnam y, a una escala menor, de India, Tailandia e Indonesia.

Las exportaciones asiáticas se han dirigido hacia los dos grandes mercados importadores de calzado de cuero, el norteamericano y el europeo, que todavía actualmente acumulan cerca de las tres cuartas partes del total de las importaciones mundiales (Tabla 1). Fue la demanda de los EEUU la que impulsó inicialmente estas exportaciones. Ya en 1973 Taiwán y Corea del Sur proporcionaron el 38 por ciento de los pares de calzado de cuero importados por EEUU y quince años después esta participación se había elevado a cerca del 60 por ciento (SZENBERG, LOMBARDI y LEE, 1977; FOOTWEAR INDUSTRIES OF AMERICA, 1999). Entre ambas fechas, el mercado norteamericano absorbió la práctica totalidad de las exportaciones de calzado de cuero de ambos países. Una trayectoria similar siguió el calzado de la República Popular China: a comienzos de la década de 1990, cuando se produjo la gran expansión de las exportaciones de calzado chino, los norteamericanos absorbieron la mayor parte de estas ventas, que ya en 1992 representaron la mitad de los pares y un 35 por ciento del valor del calzado de cuero importado por EEUU. El dominio asiático del mercado norteamericano continuó aumentando y en 2003 el calzado chino se situó por encima de las dos terceras partes del valor de las importaciones de calzado de los EEUU.

La penetración del calzado asiático en el otro gran mercado importador, el europeo, ha sido más tardía y menos profunda. En 1975 el calzado de cuero asiático representaba menos del 5 por ciento de las importaciones de este producto realizadas por los países europeos y en 2003, incluso considerando todos los tipos de calzado, China apenas superó el 11 por ciento del valor de las importaciones de los países de la Unión Europea (UE-15) y el 23 por ciento del calzado procedente de fuera de la UE-15. Entre los grandes exportadores asiáticos, únicamente Vietnam ha seguido una trayectoria diferente en este sentido, vinculando desde un principio el desarrollo de su producción de calzado al mercado europeo, que absorbe actualmente cerca del 80 por ciento del calzado exportado por el país.

La producción latinoamericana de calzado creció con rapidez en los años 60 y hasta mediados de la década de 1970, pero a partir de entonces perdió impulso y la tasa de crecimiento medio anual para el período 1975-2000, de acuerdo con las estadísticas de la FAO, no superó el 2,5 por ciento. Actualmente representa menos de una séptima parte de la producción mundial. La exportación, muy reducida hasta los años 70, se incrementó aceleradamente hasta absorber cerca del 40 por ciento de la producción total en 1990; a partir de entonces, sin embargo, sufrió un notable retroceso y el crecimiento del sector pasó a depender fundamentalmente de la demanda interna del área. La industria está muy concentrada en dos países, México y Brasil, que en 2000 aportaron el 5,7 y el 4,5 por ciento, respectivamente, de la produc-



**Tabla 1. Producción, exportación e importación de calzado por países de las distintas áreas del mundo, 1961-2000**

Países de	Producción media anual (millones de pares)			Porcentaje de la producción mundial		
	1961-65	1976-80	1996-2000	1961-65	1976-80	1996-2000
Latinoamérica	130,2	381,0	585,4	5,1	11,5	14,0
Extremo Oriente	264,6	518,5	2.231,6	10,4	15,6	53,2
Norteamérica	574	322,0	121,4	22,6	9,7	2,9
Europa Occ.	720,7	785,4	810,3	28,4	23,6	19,3
Europa del Este	676,9	1.028,3	226,8	26,6	30,9	5,4
Resto del mundo	174	289,5	220,4	6,8	8,7	5,3
<b>Mundo</b>	<b>2.540,4</b>	<b>3.324,8</b>	<b>4.195,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Países de	Exportación media anual (mill. de dólares de EEUU de 2003)			Porcentaje de la exportación mundial		
	1961-65	1976-80	1996-2000	1961-65	1976-80	1996-2000
Latinoamérica	28,8	926,5	4456,0	1,1	5,7	6,3
Extremo Oriente	111,6	615,2	25.947,8	4,2	3,8	36,8
Norteamérica	59,4	126,2	1212,7	2,2	0,8	1,7
Europa Occ.	1.714,2	10.695,1	34.993,2	64,1	66,1	49,6
Europa del Este	728,0	3.646,1	2.842,3	27,2	22,5	4,0
Resto del mundo	31,2	164,1	1.032,1	1,2	1,0	1,5
<b>Mundo</b>	<b>2.673,3</b>	<b>16.173,2</b>	<b>70.484,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Países de	Importación media anual (millones de pares)			Porcentaje de la importación mundial		
	1961-65	1976-1980	1996-2000	1961-65	1976-1980	1996-2000
Latinoamérica	3,8	5,2	32,7	2,9	0,9	1,8
Extremo Oriente	2,5	5,6	318,5	1,9	1,0	17,6
Norteamérica	28,3	177,3	690,2	21,5	30,9	38,2
Europa Occ.	56,4	288,0	628,9	42,8	50,2	34,8
Europa del Este	32,3	78,7	55,2	24,5	13,7	3,1
Resto del mundo	8,5	19,1	82,6	6,4	3,3	4,6
<b>Mundo</b>	<b>131,8</b>	<b>573,9</b>	<b>1.808,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (1983 y 2003)

ción mundial. México produce fundamentalmente para su mercado interior, mientras que una parte importante del calzado brasileño (en torno a la mitad en 2000, según las estadísticas de la FAO) se dirige a los mercados exteriores, lo que sitúa a Brasil entre los cinco primeros países del mundo por el valor de sus exportaciones de calzado de cuero. Estas exportaciones brasileñas tuvieron desde un principio como principal destino a los EEUU, que han absorbido tradicionalmente entre el 70 y el 90 por ciento del total (COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 1991).

En la estructura de costes de la producción de calzado, las dos partidas fundamentales son las materias primas y la mano de obra. Por lo tanto, no es extraño que una gran parte de esta industria, cuya tecnología de producción es sencilla y fácil de adquirir, se sitúe en países como China y Brasil, donde los costes laborales son bajos y hay una abundante producción propia de cuero. Sin embargo, la zona que lidera las exportaciones mundiales de calzado es la Unión Europea, que apenas concentra un 5 por ciento de la cabaña bovina mundial y presenta unos niveles salariales comparativamente muy elevados. La producción europea de calzado ha tendido a reducirse desde la última década del siglo XX y su participación en las exportaciones mundiales ha descendido notablemente desde los años 70, pero todavía en 2000 esta participación se situaba cerca del 50 por ciento.

El grueso de la producción y, principalmente, de la exportación europea se concentra en unos pocos países del sur. Italia, España y Portugal sumaron en 2000 las tres cuartas partes de la producción de calzado de cuero de la UE-15 y el 65 por ciento del valor de las exportaciones, y su contribución a la exportación mundial de calzado en el quinquenio 1996-2000 fue de más de un tercio del valor total. Destaca especialmente la competitividad de los dos países mediterráneos, Italia y España, que en 2002 ocuparon la segunda y la tercera posición, respectivamente, en el mercado mundial por el valor de sus exportaciones de calzado de cuero. La competitividad de estos países no reside en sus costes laborales, que son hasta dos y tres veces más altos que los que afrontan los principales productores asiáticos y latinoamericanos (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 2000: 43), ni se apoya simplemente en una mayor productividad física del trabajo, ni está vinculada a una particularmente buena dotación de materias primas. Tampoco es una mera consecuencia de la protección arancelaria de la que disfrutaban en el segundo gran mercado importador del mundo, el de la Unión Europea, ya que actualmente este espacio tiene unas tarifas muy bajas sobre las importaciones de calzado (la media se sitúa en el 10 por ciento, frente a casi el 16 por ciento en EEUU, el 35 por ciento en Argentina y Brasil o el 40 por ciento en Indonesia). Además, la Unión tiene establecidos acuerdos de libre comercio con diversos países productores de calzado y apenas existen ya restricciones cuantitativas en Europa a la importación de este producto (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2000). La ventaja competitiva de los países del sur de Europa en la industria del calzado se apoya principalmente en la capacidad de diferenciación del producto y es el resultado en gran medida de la evolución experimentada por el sector en el largo plazo. Se trata de un claro ejemplo de *path dependence*, de cómo el proceso histórico ha ido creando unas estructuras productivas, una acumulación de conocimiento específico y unos vínculos con el mercado que resultan decisivos en la actividad y las relaciones económicas del presente, y que pueden llegar a ser más influyentes que la propia dotación de factores de producción del país, ya que determinan el grado de eficiencia con el que se aprovechan estos factores.



## 2. La formación histórica de la industria del calzado en Italia y España

Aunque la gran expansión de la industria del calzado en la Europa mediterránea no llegaría hasta la segunda mitad del siglo XX, lo cierto es que esta expansión se apoyó en una estructura productiva que se había ido formando a través de un largo proceso. Los comienzos de la modernización del sector, cuando éste fue adoptando una estructura fabril e introduciendo maquinaria en su producción, se remontan a las últimas décadas del siglo XIX. En esta fase inicial de desarrollo, la industria española fue por delante de la italiana. Hacia 1885, aunque todavía predominaba ampliamente la producción manual, realizada en pequeños talleres, España contaba ya con medio centenar de fábricas de calzado al menos parcialmente mecanizadas, que producían más de 1,5 millones de pares anuales (AMERICAN STATE PAPERS, 1885: 580). Este sector moderno de la industria continuó su crecimiento y antes de la primera guerra mundial había duplicado el número de empresas y multiplicado por cuatro la producción mecanizada (BUTMAN, 1913a; NADAL, 1994). A lo largo de esos años, especialmente en la década de 1890, la producción española de calzado no sólo cubrió la práctica totalidad de la demanda interna, sino que también mantuvo una elevada exportación a los territorios coloniales en las Antillas (MIRANDA, 1998).

El grueso de la industria mecanizada se encontraba en Barcelona, beneficiándose de las ventajas de la aglomeración industrial, la cercanía a un gran mercado consumidor y las facilidades que el puerto proporcionaba para el acceso a las materias primas y para la exportación. No obstante, con una producción más manual y menores costes laborales, las islas Baleares y el sur de la Comunidad Valenciana también comenzaron a ocupar una posición destacada en la industria del calzado en España en las últimas décadas del siglo XIX (MIRANDA, 1999).

En Italia, en cambio, a pesar de contar con una mayor demanda interna, debido a su población y nivel de renta, la difusión de las nuevas técnicas fue más lenta, de modo que la producción apoyada en medios mecánicos fue sólo testimonial hasta comienzos del siglo XX y todavía en 1912 se limitaba a unas 70 empresas y una producción anual por debajo de los cinco millones de pares (SEGRETO, 1989: 253; BUTMAN, 1913b). Además, en las últimas décadas del siglo XIX y hasta la primera guerra mundial, las exportaciones italianas de calzado fueron insignificantes y, por el contrario, el país tuvo que cubrir buena parte de su consumo con importaciones, procedentes principalmente de Inglaterra, EEUU y Austria. No obstante, ya en esta primera fase de la producción mecanizada, el producto mayoritario de las empresas italianas se caracterizaba por su calidad, que recogía la tradición del trabajo artesanal, mientras que en España predominaba el calzado barato, claveteado o con costura Blake. La pauta de localización de la industria sí fue similar a la española: las empresas más avanzadas se concentraron en el norte del país, en el eje Milán-Turín, junto a los grandes centros consumidores de calzado, los suministradores de maquinaria y la industria del curtido.

La primera guerra mundial impulsó decisivamente la modernización y el crecimiento de la industria del calzado tanto en España como en Italia. A pesar de la escasez de materiales durante el conflicto, la elevada demanda militar, interna en el caso italiano y externa para la industria española, propició el incremento de la capacidad productiva y la mecanización. En Italia el saldo comercial exterior de calzado se volvió positivo en los años 20 y se pasó de una producción anual en torno a los 16 millones de pares antes de la guerra a una cantidad un 50 por ciento mayor a mediados de la década de 1920 y que alcanzó los 30 millones de pares a comienzos de la década siguiente. La ampliación de la oferta se localizó en los núcleos tradicionales de esta industria, particularmente en la región de Lombardía, pero también se extendió a otras regiones, como la Toscana, la Campania, el Véneto, las Marcas y el sur del país<sup>2</sup>. En España, la coyuntura de la Gran Guerra dejó sentir sus efectos positivos en todas las zonas productoras de calzado, pero principalmente en el sur de la Comunidad Valenciana, e inició un progresivo desplazamiento del centro de gravedad de esta industria desde Barcelona hacia la provincia de Alicante, que ya se había culminado hacia 1930. La producción fue creciendo gracias principalmente al avance de la mecanización, hasta superar los 24 millones de pares anuales en los años de la II República.

La modernización técnica de la industria, en Italia y en España, estuvo estrechamente ligada a la difusión de la maquinaria norteamericana y ésta dependió en gran medida de las actividades de una multinacional, la United Shoe Machinery Company (USMC). La tecnología que permitiría mecanizar la producción de calzado fue generada, desde mediados del siglo XIX, mayoritariamente en EEUU y, desde 1899, la industria de maquinaria para el calzado norteamericana estuvo fuertemente controlada por la USMC, que también alcanzó una posición de claro liderazgo en el mercado mundial. A través de una amplia red internacional de delegaciones y compañías filiales, la USMC extendió a otros países la estrategia de arrendar la maquinaria en lugar de venderla, que ya se había demostrado muy efectiva para facilitar la difusión de sus productos en EEUU, y con ello consiguió que hasta las más pequeñas empresas pudiesen acceder a la nueva tecnología (THOMSON, 1989; MIRANDA, 2004a). Así, en Italia la verdadera mecanización del sector no se inició hasta los años previos a la primera guerra mundial, cuando se instaló en el país una filial de la USMC. En España, la difusión de la maquinaria se realizó primero a través de las delegaciones de las empresas norteamericanas en Francia y se acentuó cuando, en 1906, la USMC estableció de hecho, aunque no oficialmente, una delegación en España y, sobre todo, a partir de 1911, cuando esta delegación comenzó a gestionar directamente el arrendamiento de la maquinaria en la Península Ibérica. Hacia 1913, tanto en Italia como en España, en torno al 90 por ciento de la maquinaria instalada en la industria del calzado había sido suministrada por la USMC (BUTMAN, 1913a y 1913b; MIRANDA, 2004b).

---

2 *The Leather trade's review*, october 12, 1927, p. 814.



El desarrollo de esta industria en la Europa mediterránea fue más tardío, lento y de menor calado que en los países avanzados del norte del continente. La principal causa del atraso fue el comportamiento de la demanda interna, ya que en los países mediterráneos el conjunto de la población tenía una escasa capacidad de consumo y el bajo nivel de ingresos, junto a las características climáticas del territorio, desviaba una gran parte de la demanda hacia bienes inferiores, como el calzado textil. Por ello, todavía en 1935 el consumo *per capita* de calzado de cuero en España e Italia no superaba un par anual, mientras que el Reino Unido duplicaba esta cifra y en Francia era un 50 por ciento mayor (Tabla 2).

**Tabla 2. Consumo de calzado y PIB *per capita* en diversos países en 1935**

Países	Consumo anual de calzado <i>per capita</i>		PIB <i>per capita</i>	
	Pares	En % del nivel de EEUU	Dólares Geary -Khamis de 1990	En % del nivel de EEUU
EEUU	2,8	100,0	5.473	100,0
Reino Unido	1,9	67,9	5.537	101,1
Noruega	1,9	67,9	3.559	65,0
Francia	1,5	53,6	4.047	73,9
Bélgica	1,3	46,4	4.790	87,5
Checoslovaquia	1,3	46,4	2.410	44,0
Alemania	1,1	39,3	4.165	76,1
Austria	0,9	32,1	2.926	53,5
Italia	0,9	32,1	3.079	56,3
España	0,7	25,0	2.798	51,1
Portugal	0,5	17,9	1.707*	31,2

\* Dato del año 1938.

Fuentes: MADDISON (1997) y The leather trade's review, march 18, 1936, p. 362.

Además, sobre todo en España, la estrecha demanda interna estaba sujeta a fluctuaciones muy marcadas, como consecuencia del fuerte impacto que la variación en las cosechas tenía sobre el ingreso de la población en unas economías todavía muy dependientes de la agricultura tradicional. Por ello y por que se podía disponer de una oferta de mano de obra abundante y barata, la industria se basó principalmente en empresas de pequeño tamaño y producción diversificada, en las que no resultaba rentable la mecanización de determinadas tareas. Por lo tanto, en lugar de adoptar el modelo norteamericano de producción especializada, muy mecanizada y realizada en grandes series, las empresas de calzado tendieron en los países latinos a mejorar su competitividad a través de las economías externas que podían obtener de su concentración en determinados territorios. Fueron configurándose así distritos con una fuerte especialización en la industria del calzado, como Vigevano (US DEPARTMENT OF COMMERCE, 1927: 18; SABBATUCCI, 1998), la Riviera del Brenta –particularmente los municipios de Stra, Fiesso d'Artico y Vigonovo- (FONTANA, 1998), y el distrito Fermano-Maceratense -en torno a las localidades de Sant'Elpidio a Mare, Montegranaro, Monte San Giusto y Monte Urano- (SABBATUCCI, 1989; BLIM, 1989 y 1990) en Italia, y como Elda (BERNABÉ,



1975; VALERO, NAVARRO, MARTÍNEZ y AMAT, 1992), Elche (MIRANDA, 1991 y 1993), Ciudadela y la comarca del Raiguer (MIRANDA, 1998: 104-115; MANERA, 2003) en España. Estos distritos se caracterizaban por una fuerte especialización en la industria del calzado, la convivencia de las fábricas con los pequeños talleres y un abundante trabajo a domicilio, la creciente división vertical del proceso productivo entre diferentes empresas y la existencia de un tejido cada vez más denso de industrias y servicios auxiliares para el calzado.

### 3. El despegue exportador de la segunda mitad del siglo XX

El comercio internacional de calzado se mantuvo durante el siglo XIX en niveles muy bajos si se comparan con los que se alcanzarían en el XX, pero experimentó un importante crecimiento en el último cuarto del siglo. La mayor parte de este comercio se realizó desde las metrópolis hacia los mercados coloniales. El principal exportador mundial fue el Reino Unido, cuyas ventas de calzado al exterior, fundamentalmente a los territorios del imperio británico, pasaron de 5,5 millones de pares en 1875 a 8,5 millones en el quinquenio 1895-99 (BUTMAN, 1907; HEAD, 1968). También España realizó entonces una notable exportación a sus posesiones coloniales en las Antillas, con un máximo en 1895 de 2 millones de pares (MINISTERIO DE HACIENDA, 1900: 356). A partir de mediados de la década de 1880, sin embargo, la industria del calzado de EEUU, que había experimentado una profunda renovación técnica, aprovechó su elevada productividad para modificar las pautas en las que se había movido hasta entonces el comercio internacional de este producto. Sus exportaciones, aunque inferiores en volumen, alcanzaron al finalizar el siglo un valor muy próximo al de las exportaciones británicas de calzado, arrebatando a éstas parte de su cuota de mercado en Canadá y las colonias, e introduciéndose con fuerza en los mercados europeos (MIRANDA, 2004a).

En los años del siglo XX anteriores a la primera guerra mundial, EEUU continuó incrementando sus exportaciones de calzado, pasando de una media anual por debajo de los 6 millones de pares en el quinquenio 1905-9 a más de 9 millones en 1910-14. Sin embargo, la modernización de la industria en los principales países europeos frenó la penetración norteamericana en estos mercados, permitió al Reino Unido mantener su liderazgo exportador e hizo que otros países del continente, como Alemania, Suiza y el Imperio Austro-húngaro, consiguiesen una destacada exportación (BUTMAN, 1912a, 1912b y 1913b). Al estallar la guerra, volvieron a dispararse la producción y la exportación de calzado británico y norteamericano; éste último superó los 16 millones de pares de ventas al exterior como media anual entre 1915 y 1919. No obstante, las dificultades económicas de la posguerra y las barreras arancelarias con las que se protegió la producción de calzado en muchos países redujeron sustancialmente el comercio internacional hasta la segunda mitad de los años 20. A partir de entonces se fueron recuperando las exportaciones británicas, pero no así las norteamericanas (HERTZ, 1924; BURCH, 1929). En EEUU las exportaciones de calzado se redujeron un 95 por ciento entre 1920 y 1933, mientras que las importaciones, por el contrario, crecieron con rapidez, superan-





do en 1929 a las exportaciones y manteniendo a partir de entonces, hasta el comienzo de la segunda guerra mundial, un saldo negativo en la balanza comercial de este producto (HOOVER, 1937; HOLT, 1938; HUNTER, 1946).

Los EEUU se convirtieron en un valioso mercado no sólo para el calzado británico, sino también para el de otros países exportadores europeos como Alemania, Suiza y, de manera especialmente destacada, Checoslovaquia. Este joven país se situó en 1924 en la cuarta posición mundial, tras el Reino Unido, EEUU y Alemania, por sus exportaciones de calzado, que superaron entonces los 2 millones de pares. En 1927, había ascendido a la segunda posición, con 11 millones de pares, y en 1932 ya era el líder de este mercado, con unas exportaciones que superaban los 15 millones de pares. El éxito exportador del calzado checoslovaco estuvo protagonizado fundamentalmente por una gran empresa, Bata, que aplicó los métodos de producción en masa norteamericanos en una zona agrícola de Moravia, donde los costes laborales eran muy bajos, para fabricar un calzado de escasa calidad y precio muy competitivo. Además, Checoslovaquia fue el primer país en desarrollar su industria del calzado en función principalmente de la demanda externa, pues destinaba a otros países más de la mitad de su producción (SCHNITZER, 1937: 67-68; MIRANDA, 1998: 165-168).

La segunda guerra mundial impuso una brusca interrupción a las crecientes exportaciones de calzado europeo y alteró profundamente la situación internacional de esta industria. Durante los años de la guerra y la inmediata posguerra, el conjunto de Europa disminuyó su participación en la producción mundial: esta participación, que hacia 1930 sobrepasaba la mitad del total, en 1949 se había reducido a poco más del 38 por ciento (US DEPARTMENT OF COMMERCE, 1966). En cambio, la industria norteamericana aumentó su producción entre ambas fechas en más de 200 millones de pares, pasando del 37 al 44 por ciento del total mundial, impulsada principalmente por la demanda militar (más de 170 millones de pares de 1942 a 1945) y, en menor medida, por el retroceso de las importaciones y el incremento de las exportaciones (US DEPARTMENT OF COMMERCE, 1946).

Cuando se recuperó la exportación europea, a partir de la década de 1950, el escenario internacional había cambiado radicalmente y, por ello, también cambió el origen y las características de los flujos comerciales. Checoslovaquia, bajo la influencia directa de la URSS, canalizó sus exportaciones hacia los países del bloque soviético, y pasó a una posición muy secundaria en el comercio mundial. Éste experimentó un formidable crecimiento, especialmente a partir de la década de 1960, y EEUU y el conjunto de países del noroeste de Europa se convirtieron en importadores netos de calzado, abastecidos principalmente por la industria del sur de Europa (Tabla 3).

El crecimiento del comercio internacional de calzado en la segunda mitad del siglo XX alcanzó una dimensión sin precedentes hasta entonces. El conjunto de la exportación mundial de calzado de cuero, que probablemente se había situado en torno a los 20 millones de pares anuales en vísperas de la segunda guerra mundial (SCHNITZER, 1937: 6), en el quinquenio

**Tabla 3. Saldo comercial exterior de la industria del calzado en diversos países en 1956 y 1966 (miles de dólares de EEUU)**

Países	1956			1966		
	Exportación	Importación	Saldo	Exportación	Importación	Saldo
RFA	11.178	6.666	4.512	36.571	144.057	-107.486
Bélgica	4.027	8.642	-4.615	15.689	39.856	-24.167
Canadá	2.656	10.769	-8.113	4.463	31.836	-27.373
España	3.653*	434*	3.610*	16.853	743	16.110
EEUU	16.070	21.607	-5.537	9.877	189.906	-180.029
Francia	23.338	5.933	17.405	77.190	33.944	43.246
Italia	20.134	507	19.627	175.449	2.499	272.950
Reino Unido	34.215	20.444	13.771	46.592	62.564	-15.972
Suecia	766	5.045	-4.279	6.246	34.521	-28.275

\*Datos del año 1961.  
Fuente: OIT (1969: 121).

1961-1965 registró una media anual de 136 millones de pares, en 1970 casi triplicó esta cantidad y en 1990 la multiplicó por diez (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, 1983 y 2003). Los principales destinos para estas exportaciones fueron los países con mayor PIB *per capita*, principalmente los europeos, con Alemania y el Reino Unido inicialmente a la cabeza, y de manera aún más destacada los EEUU. Las importaciones de calzado “no hecho de goma” de este último país, que a mediados de la década de 1950 se situaban en torno a los 10 millones de pares anuales y sólo representaban un 2 por ciento del consumo, se elevaron hasta los 95 millones de pares y el 13 por ciento del consumo en 1965 y ya en 1969 superaron los 200 millones de pares y la cuarta parte del consumo total. La tendencia se acentuó en las décadas siguientes, de modo que en 1978 las importaciones representaban casi el 48 por ciento del consumo, en 1988 más del 80 por ciento y en 1998, con más de 1.200 millones de pares, el 93 por ciento (FOOTWEAR INDUSTRIES OF AMERICA, 1999).

El comercio internacional se vio facilitado por las mejoras en el transporte y la progresiva apertura exterior de muchas economías nacionales. Así, en EEUU, a través de las concesiones realizadas en las diferentes rondas del GATT y en los acuerdos bilaterales firmados con distintos países, las tarifas arancelarias que gravaban el calzado de importación experimentaron recortes sustanciales, que hicieron que a finales de los años 60 se hubiesen reducido a la mitad de las existentes antes de la segunda guerra mundial (US TARIFF COMISION, 1971). El progresivo desarme arancelario coincidió con una intensificación de la influencia de la moda en el consumo, especialmente en el calzado de mujer, que obligó a la industria a poner en el mercado una oferta más diversificada y a realizar constantes innovaciones en el diseño del producto. Ello redujo las posibilidades de obtener economías de escala en las empresas de mayor tamaño y de mejorar la productividad del trabajo mediante la automatización de las tareas. Como consecuencia, el calzado de los países del sur de Europa, donde los costes salariales eran bajos y existía una estructura productiva capaz de proporcionar el tipo de pro-



ducto que demandaban los mayores mercados consumidores, incrementó notablemente su competitividad internacional.

Fue la industria italiana la que mejor aprovechó las posibilidades del mercado. Las exportaciones de calzado de cuero de este país crecieron a una tasa media anual del 60 por ciento en la década de 1950 y del 20 por ciento en la de 1960. Ello hizo que Italia liderase la exportación mundial de calzado y se convirtiese en el principal suministrador exterior de este producto para los EEUU y los países de Europa occidental. El número de pares exportados en el año 1970 superó los 170 millones y la industria del calzado se situó entonces como la segunda actividad en Italia por el valor de sus exportaciones, sólo por detrás de la industria del automóvil (CAMAGNA, 1971). También las exportaciones de calzado de Francia disfrutaron de un rápido crecimiento en los años 50, pero perdieron impulso en la década siguiente y hacia 1970 se habían estabilizado en torno a los 30 millones de pares<sup>3</sup>. La exportación española, en cambio, no despegó hasta mediados de los años 60, pero creció a una tasa media anual cercana al 70 por ciento entre 1966 y 1971, situándose este último año en torno a los 60 millones de pares y convirtiendo al calzado en el principal producto de la industria del país por el valor de sus exportaciones, superando a la construcción naval y de material de transporte por carretera y muy por delante de la siderurgia<sup>4</sup>. A mediados de la década de 1970, Italia lideraba la exportación mundial de calzado de cuero, seguida a bastante distancia por España, y estos dos países junto a Francia proporcionaban casi la mitad del valor de las exportaciones mundiales de calzado de cuero y las dos terceras partes de las dirigidas a los países de la OCDE.

#### 4. La ventaja competitiva de los distritos industriales

La expansión exportadora de la industria del calzado, tanto en Italia como, más tarde, en España, fue protagonizada por los distritos industriales zapateros, especializados sectorialmente y descentralizados empresarialmente, que se habían configurado en las décadas anteriores. La industria italiana basó su crecimiento en las pequeñas empresas (Tabla 4) y acentuó su concentración en los distritos tradicionales. Éstos registraron un aumento del empleo en el sector muy superior al del conjunto del país (PANICCIA, 2002: 140). Sin embargo, progresivamente fue modificándose el peso relativo de los distintos distritos zapateros. En 1961 casi una tercera parte del empleo en la industria del calzado italiana seguía concentrada en la región de Lombardía, con Vigevano como principal distrito, con más de un millar de empresas zapateras y cerca de 400 empresas en industrias auxiliares, fabricando más de un tercio de la producción nacional de calzado. Sin embargo, por estas fechas ya había aumentado muy significativamente la participación en el empleo sectorial de la Toscana, el Veneto y Las Marcas (FRIGENI y TOUSIJN, 1976: 200; SEGRETO, 1989: 308) y esta tendencia se acentuó a partir de enton-

3 *Annuaire Statistique de la France*, varios años.

4 *Información Comercial Española*, diciembre de 1976, pp. 100-101.

**Tabla 4. Tamaño medio de las empresas de la industria del calzado italiana, 1951-1991  
(número de empleados por empresa)**

Año	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 99	100 y más	Número total de empresas	Núm. medio de empleados por empresa
1951	54,8	34,7	6,3	4,2	2.142	21,5
1961	63,3	29,1	5,0	2,6	5.784	18,0
1971	59,5	32,9	4,8	2,8	7.882	17,5
1981	59,3	33,8	4,4	2,5	7.820	16,7
1991	72,1	25,6	1,5	0,7	15.890	9,3

Fuente: GAIBISSO (1992).

ces, de modo que tres décadas después los distritos situados en Las Marcas (entre las provincias de Macerata y Ascoli Piceno) y el Véneto (principalmente la Riviera del Brenta, pero también Montebelluna y Verona) se habían transformado en los principales centros productores, sumando en conjunto la mitad del valor de la producción italiana de calzado; Toscana, con su industria en torno a Florencia, Pisa y Pistoia, ocupaba el tercer lugar -con casi un 20 por ciento de la producción- y Lombardía había pasado a la cuarta posición, con poco más del 10 por ciento.

En España, el desarrollo del sector se localizó principalmente en la provincia de Alicante: en Elda-Petrel, Elche, Villena y el entorno de municipios zapateros vinculados a estos distritos, cuya aportación al conjunto de la producción española de calzado se incrementó hasta suponer más de la mitad del total a comienzos de los años 70<sup>5</sup>, cuando también proporcionaban un 60 por ciento de las exportaciones (BERNABÉ, 1976: 170). El protagonismo de estos distritos se fue acentuando todavía más en los años siguientes y actualmente la Comunidad Valenciana concentra más de las dos terceras partes de las empresas, el empleo, la producción y la exportación de la industria del calzado en España (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACIÓN, 2004).

La organización en distritos industriales, donde las empresas se beneficiaban de un variado conjunto de economías externas, de las mayores posibilidades de cooperación y del apoyo de las instituciones locales, fue decisiva para que la industria del calzado de Italia y España pudiese crecer en función del mercado exterior como lo hizo. Hay que tener en cuenta que en ambos países las condiciones en las que se encontraba la industria antes de su desarrollo exportador eran muy difíciles. En Italia, al terminar la segunda guerra mundial el sector tuvo que hacer frente al incremento de sus costes laborales, la escasez de materias primas, la restricción del crédito y, sobre todo, la baja demanda interna, agravada por la llegada masiva de calzado norteamericano a través del plan UNRRA. La situación mejoró a partir de 1948,

5 *Revista de la Piel*, abril de 1972, pp. 81-87.



gracias a la ligera recuperación del consumo nacional, pero el conjunto de empresas existente a comienzos de los años 50 no parecía en condiciones ni de introducirse en los mercados exteriores ni de conseguir un rápido aumento de la producción (FONTANA, 1998: 201-221). En el caso de España, fue el aislamiento y el atraso económico del país, junto con la política económica aplicada por el régimen de Franco, responsable en gran medida de las dos características anteriores, lo que hizo que la industria del calzado llegase a finales de la década de 1950 con una estructura productiva obsoleta, una productividad muy baja y un producto de escasa calidad y diseño anticuado (MIRANDA, 2001).

Las malas condiciones de partida se pudieron superar gracias a las características de la estructura productiva existente. Los distritos industriales hicieron posible que la producción creciese con rapidez por la capacidad de las pequeñas empresas para aumentar su oferta mediante la incorporación de maquinaria, la racionalización del trabajo, la ampliación del número de trabajadores y la mayor utilización del trabajo a domicilio femenino e infantil. Así, la industria de la Riviera del Brenta consiguió casi duplicar su producción en la década de 1960 manteniendo prácticamente sin cambios el número de empresas de fabricación de calzado y de empleados en el sector registrados en los censos industriales (FONTANA, 1998), y en la provincia de Alicante, mientras el número de empresas de calzado de cuero sólo se incrementó en un 20 por ciento entre 1957 y 1967, la producción de este conjunto de empresas se multiplicó por tres (COMISIÓN NACIONAL DE PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL, 1959: 7; PONCE y MARTÍNEZ, 2003a: 286). Además, la extensa red de servicios e industrias auxiliares existente en los distritos, junto con la división del proceso productivo en fases y la posibilidad de arrendar la maquinaria, contribuyeron a rebajar las barreras de entrada para las nuevas empresas en el sector.

La creación de nuevas empresas también se vio facilitada en los distritos industriales por el sistema de valores predominante en estas localidades, que fomentaba la iniciativa empresarial, y por la acumulación de conocimiento específico sobre la industria que se daba en unas economías muy especializadas y con pocas alternativas a la actividad principal. Una encuesta efectuada en 1974 sobre una muestra de 147 empresas de calzado en Italia, puso de manifiesto que un 90 por ciento de los empresarios habían nacido en la misma provincia donde estaba ubicada la empresa, que el 77 por ciento había desarrollado toda su vida profesional en el sector del calzado y que el 30 por ciento había sido operario antes que empresario en el sector (FRIGENI y TOUSIJN, 1976). Por otro lado, el hecho de que una gran parte de la población conviviese continuamente con el trabajo industrial actuaba también como un sistema espontáneo de formación de mano de obra, sin coste para las empresas, que permitía contar con una reserva de trabajadores inmediatamente disponible en los períodos de expansión de la actividad (SAN MIGUEL, 2000).

No menos importante fue cómo la densa red de enlaces económicos característica de los distritos contribuyó a la modernización del proceso productivo, la introducción en nuevos mercados y la adaptación a la demanda externa. En primer lugar, la propia capacidad productiva de estas áreas, junto a las diversas iniciativas que pusieron en práctica sus instituciones

con este fin, atraieron a los grandes importadores de calzado europeos y, sobre todo, norteamericanos, estableciendo una relación muy valiosa con los mercados exteriores. Esa relación también se consiguió a través de los empresarios y agentes comerciales de los distritos, que fueron los que en mayor medida concurren a las ferias extranjeras. Debido a los múltiples vínculos de subcontratación entre las empresas y los estrechos contactos personales entre los agentes económicos de los distritos, la información sobre las características de la demanda y el funcionamiento de los mercados exteriores conseguida por algunas empresas, a través de estas y otras vías, fluyó rápidamente por el conjunto del sistema.

En segundo lugar, la intensa acumulación de conocimientos técnicos específicos y la convivencia de las empresas de calzado con las suministradoras de *inputs* convirtió a los distritos zapateros en medios especialmente propicios para la constante generación de pequeñas innovaciones incrementales, innovaciones cuya difusión en el interior de los distritos se veía asegurada por la proximidad, las continuas relaciones de mercado y la cooperación entre las empresas, y que influirían decisivamente en la competitividad de la producción. La capacidad de generar tecnología de los distritos alcanzó su manifestación más evidente en Vigevano, el principal distrito zapatero lombardo, que se fue convirtiendo en uno de los centros de referencia a nivel mundial de la industria de maquinaria para el sector (RABELLOTTI, 1997). La difusión de las innovaciones también se vio impulsada por la extraordinaria competencia que existía entre las empresas de calzado en el seno de los distritos, ya que la acumulación de numerosas empresas con un mismo tipo de producción obligaba a cada una de ellas a intentar mejorar continuamente su competitividad y, por lo tanto, a buscar una situación óptima tanto en el proceso productivo, para reducir costes, como en la adecuación del producto a la demanda de los consumidores.

Finalmente, los distritos también hicieron valer su eficiencia colectiva para introducirse en el mercado internacional mediante su carácter de medios especialmente propicios para la cooperación entre las empresas y el apoyo de las instituciones sociales y políticas a la industria. Así, en Italia, la expansión exportadora del calzado de la Riviera del Brenta se vio impulsada por la constitución en 1961 de la *Associazione Calzaturifici della Riviera del Brenta*, que apoyó la creación de un consorcio exportador (*Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta*) y que realizaría campañas de publicidad, informaría sobre las tendencias de moda, organizaría muestras colectivas en el extranjero y colaboraría en general con las empresas exportadoras (RABELLOTTI, 1998: 249; FONTANA, 1998: 245-255). En España, entre otros múltiples ejemplos, se pueden destacar la fundación en 1960 de la sociedad “Elda Exportadora. Cooperativa Industrial del Calzado”, que reunía a 126 empresas de la zona, para coordinar la comercialización, facilitar el acceso a los *inputs* intermedios y promover la innovación en el producto y el proceso productivo (BANCO DE CRÉDITO INDUSTRIAL, 1962: 40-43) y, con una finalidad similar, la creación en 1966 de la “Agrupación Sindical de Fabricantes de Calzado” del Valle del Vinalopó (VALERO, NAVARRO, MARTÍNEZ Y AMAT, 1992: 149-150). Por otra parte, la colaboración entre los empresarios y las instituciones públicas se plasmó en mecanismos de promoción exterior tan eficientes como las diversas ferias que se realizaron en los mismos distritos del





calzado. En España, la Feria del Calzado e Industrias Afines de Elda inició sus actividades en 1960 y no sólo sirvió como escaparate internacional de la producción local, sino que generó también un organismo para facilitar la presencia de las empresas del área en las ferias extranjeras (el Centro Promotor de Exportaciones, CEPEX) y otro, el Instituto Español de las Industrias del Calzado y Conexas (INESCOP), para impulsar la difusión de nuevas técnicas y la mejora de la calidad y el diseño (BERNABE, 1976). Estas iniciativas imitaban las actuaciones desarrolladas previamente en los principales distritos italianos del calzado, que habían creado ferias propias desde finales de la década de 1940, ferias que en los años 50 adquirieron un carácter internacional y generaron diversos mecanismos para favorecer la comercialización, la renovación técnica y la mejora de la calidad y el diseño en el sector: a la *Mostra della Calzadura* de Vigevano, reiniciada en 1948, se sumó ese mismo año la de Bolonia, en 1950 la de Civitanova y en 1955 la de Stra.

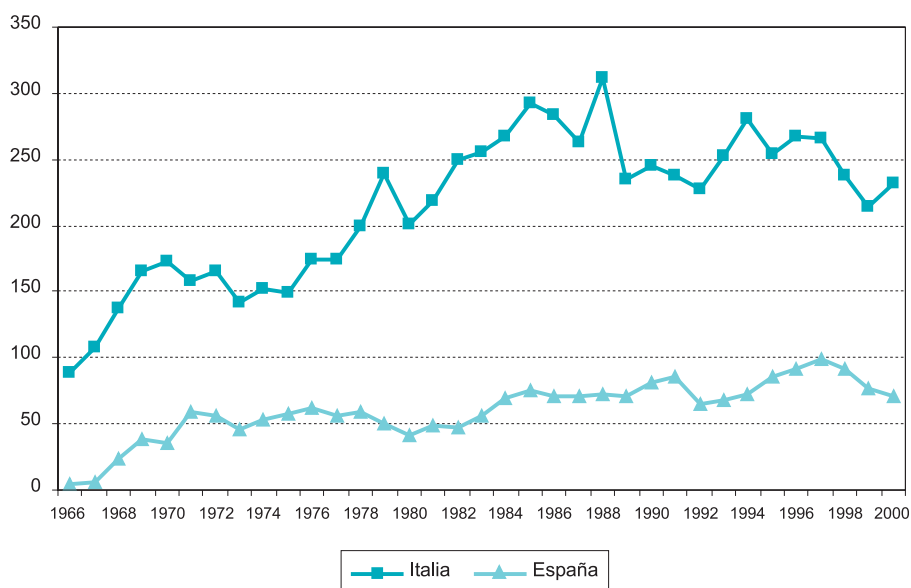
Los distritos industriales se mostraron igualmente como estructuras con una gran capacidad de adaptación ante la crisis económica de la década de 1970 y principios de la de 1980. Desde comienzos de los años 70, la industria del calzado de Italia y España tuvo que hacer frente al retroceso del consumo en sus principales mercados y a la elevación en algunos de ellos de barreras proteccionistas, tanto en forma de mayores tarifas arancelarias como de restricciones cuantitativas a la importación. Además, en esos años se acrecentó la competencia del calzado procedente de Extremo Oriente y de Latinoamérica, cuyo desarrollo se vio impulsado por el establecimiento en estas zonas de empresas norteamericanas, y se modificó el tipo de producto demandado por el mercado internacional, debido al aumento del consumo de calzado realizado con materiales distintos al cuero y de calzado deportivo. La competitividad del calzado de los países mediterráneos también se redujo por la fuerte elevación del precio de las materias primas importadas y de los salarios, y por la devaluación del dólar (MIRANDA, 2001). La gran flexibilidad productiva de los distritos facilitó la adaptación a los cambios en la demanda y a la competencia de los países industrializados, tanto mediante una mayor diferenciación del producto como reduciendo los costes a través de la ocultación fiscal y el empleo sumergido. Ambos tipos de estrategias coexistieron en la mayoría de los distritos, pero no tuvieron la misma influencia en todos los casos, ni su impacto conjunto fue el mismo en la industria italiana que en la española. En general, la industria española del calzado se inclinó más decididamente por el recurso transitorio a la economía sumergida, mientras que en la italiana se aprovecharon en mayor medida las posibilidades de los distritos para mejorar la calidad, la moda y la imagen de marca.

En los distritos zapateros del Valle del Vinalopó se intensificó la división vertical del proceso productivo, muchas empresas legales ocultaron parte de sus trabajadores y de su producción, y se multiplicó la presencia de los trabajadores a domicilio y de los pequeños talleres clandestinos. La llegó a afectar probablemente a más de la mitad de los trabajadores y a un tercio de la producción. Al mismo tiempo se paralizó la renovación tecnológica, como lo demuestra el hecho de que la inversión anual en maquinaria en la industria valenciana del calzado en el período 1973-1979 fuese la mitad de la realizada en 1968-1972, y que sólo alcanzase



el 10 por ciento de esta última en 1980 y 1981 (DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA, s.a.). En Italia, en cambio, especialmente en los distritos que tradicionalmente habían elaborado un producto de mayor calidad, como la Riviera del Brenta, también se redujo el tamaño de las empresas, pero éstas mejoraron su competitividad invirtiendo en innovaciones para aumentar la productividad, diversificando la producción y acentuando la calidad y la moda (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 1992: 29-30). El resultado fue mucho más positivo para la industria italiana que para la española, no sólo por su diferente respuesta ante la crisis, sino también por la menor concentración de sus exportaciones en EEUU, lo que a su vez estaba muy vinculado a la pertenencia de Italia a la Comunidad Económica Europea. En 1982, las exportaciones italianas de calzado de cuero, medidas en pares, eran ya un 50 por ciento mayores que en 1972, mientras que en España todavía se mantenían por debajo del nivel de 1972 (Gráfico 1).

**Gráfico 1.**  
Exportaciones de calzado de cuero de Italia y España, 1966-2000 (millones de pares)



Fuente: FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (1983 y 2003).



Desde mediados de los años 80 y hasta finales del siglo XX, sin embargo, las exportaciones españolas volvieron a relanzarse, mientras que las italianas tendieron a disminuir. La recuperación de la industria en España se apoyó en una profunda reconversión de las estructuras productivas y comerciales. Disminuyó el recurso a la economía sumergida y la descentralización productiva se acompañó de una mayor atención a la calidad y la diferenciación del producto, que se reflejó en un crecimiento de los precios unitarios de la exportación en términos reales. También se avanzó en la renovación tecnológica y se consiguió una notable mejora de la productividad del trabajo en la segunda mitad de los años 80; así, de acuerdo con los datos de Eurostat, el valor añadido bruto por persona ocupada en la industria del calzado en 1990 en España era igual al de Italia, significativamente superior a la media de países de la Unión Europea y probablemente el doble del obtenido en otros países del sur de Europa, como Grecia y Portugal (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 1992: 106-108; COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2001:46). Además, con la ayuda de la incorporación de España a la Comunidad Europea, se logró diversificar los mercados de exportación y compensar el retroceso en EEUU con un rápido crecimiento en los mercados de Alemania, Francia y Reino Unido.

Las exportaciones italianas alcanzaron su máximo histórico en 1985, con casi 300 millones de pares de calzado de cuero. Las españolas, en cambio, lo alcanzaron en 1997, con cerca de 100 millones. A partir de estos años, respectivamente, las exportaciones de ambos países han tendido a disminuir, aunque con oscilaciones provocadas por las diferentes coyunturas. El retroceso ha sido especialmente importante en 2003 y 2004, años en los que la evolución del tipo de cambio dólar-euro ha penalizado las exportaciones europeas y los principales mercados importadores de calzado han atravesado por dificultades económicas. Con independencia de los factores más coyunturales, lo que ha sucedido en los últimos años es que se ha acentuado la competencia internacional para el calzado italiano y español. Italia, ha sentido la creciente competencia española, y ambos países han sufrido también el desarrollo de la exportación de calzado en otros países del sur de Europa, especialmente en Portugal, y de Europa del este, como Rumania. Al mismo tiempo, el calzado de Extremo Oriente, principalmente de China, ha logrado una nueva expansión exportadora, desplazando al calzado europeo de los segmentos del mercado de menor precio.

Dada la diferencia en el coste de la mano de obra respecto a sus competidores menos desarrollados, tanto en Italia como en España la industria del calzado sólo puede hacer frente a esta competencia intensificando su ventaja en innovación tecnológica, calidad, diseño e imagen de marca, agilizando la distribución comercial e introduciéndose en nuevos mercados. La experiencia histórica demuestra que los distritos industriales resultan formas de organización industrial adecuadas para avanzar en esta línea y, por lo tanto, continúan siendo un elemento esencial para la ventaja competitiva del calzado italiano y español. Así parecen confirmarlo las múltiples iniciativas de cooperación empresarial y apoyo de las instituciones locales a la industria puestas en marcha en los distritos alicantinos del calzado en las dos últimas décadas, tanto para la promoción comercial como para la formación de trabajadores especializados, la moder-

nización de las instalaciones productivas, la creación de nuevas empresas y el control de la calidad (YBARRA, GINER y SANTA MARÍA, 2002; PONCE y MARTÍNEZ, 2003b).

No obstante, esta estrategia de diferenciación vertical del producto y rápida adecuación a la demanda se ha visto acompañada también de una creciente deslocalización del sector, intentando hacer frente a la competencia internacional con un desplazamiento de determinadas fases del proceso productivo a países con costes laborales más bajos. El recurso a la deslocalización se inició antes y ha sido mucho más amplio en la industria italiana que en la española. Desde finales de la década de 1970 algunas empresas italianas comenzaron a subcontratar la realización de las tareas más intensivas en mano de obra en Extremo Oriente, pero fue en la década de 1990 cuando los principales distritos zapateros del país adoptaron de manera generalizada esta práctica, trasladando una parte muy significativa del proceso de producción principalmente a países de Europa del Este, con Rumania a la cabeza (AMIGHINI y RABELLOTTI, 2003). En Montebelluna, por ejemplo, según la información facilitada desde el propio distrito, más del 40 por ciento de las empresas de calzado subcontrataron parte de su producción en otros países en el año 2000<sup>6</sup>. Por esas fechas, de acuerdo con los cálculos de la Confederación de la Industria del Calzado Europea, el conjunto del sector en la UE había deslocalizado ya a terceros países cerca de 17.000 puestos de trabajo. En los distritos valencianos del calzado este fenómeno se ha iniciado más tarde y todavía se encuentra en una fase incipiente, pero parece ir en aumento, con el apoyo incluso del gobierno autónomo regional y una especial vinculación al Norte de África (PONCE y MARTÍNEZ, 2003b: 49-50).

La deslocalización de las fases de menor valor añadido del proceso productivo sin duda es una estrategia eficaz a corto plazo para disminuir los costes de producción, pero también es un mecanismo que debilita las fuentes tradicionales de competitividad de los distritos industriales (las intensas relaciones de los diversos agentes económicos dentro del distrito) y que puede conducir a un completo desplazamiento de la industria del calzado hacia los países con menores salarios. Se ha de tener en cuenta, en este sentido, que los países donde se han establecido las fases del proceso productivo deslocalizadas han incrementado rápidamente el conjunto de su producción y sus exportaciones. El caso más evidente es el de Rumania, que entre 1999 y 2002 multiplicó por dos sus exportaciones de calzado a la UE, alcanzando el 10 por ciento del valor total de las importaciones europeas de este producto.

Además, el riesgo de ir vaciando de contenido a los distritos del calzado de la Europa mediterránea también se plantea desde el lado contrario, el de las fases de mayor valor añadido de la industria. Como la globalización de los mercados permite obtener importantes economías de escala y alcance en la publicidad, la imagen de marca y la distribución, se han ido configurando una serie de compañías líderes en la gama media y alta de la moda que están alcanzado un creciente control sobre el diseño y la comercialización de lo que se produce en

---

6 Véase <http://www.museoscarpone.it/osem.HTM>.



los distritos. Las compañías más importantes con este carácter, principalmente en Italia, no pertenecen a los distritos, sino que simplemente aprovechan la capacidad de estos para realizar un producto diferenciado y de calidad. Por ello, si las tareas intangibles de alto valor añadido salen fuera de los distritos, éstos pueden desnaturalizarse, perder un componente esencial de su ventaja competitiva y quedar en una posición muy débil y peligrosa, ya que en el momento que estas compañías encuentren en cualquier otra parte del mundo una capacidad similar a menor coste, desplazarán hacia allí la producción (RABELLOTTI, 2003; AMIGHINI y RABELLOTTI, 2003).

En conclusión, aunque los distritos industriales del calzado de Italia y España, frutos de un largo proceso histórico, se han mostrado a lo largo del tiempo como formas eficientes de organización industrial, adecuadas para competir en el mercado internacional y con una gran capacidad de adaptación a las diferentes coyunturas, actualmente se encuentran expuestos a retos decisivos, vinculados a la globalización económica. De la estrategia que se adopte para hacer frente a la presión de la competencia global no sólo va a depender la situación de estos territorios en los próximos años, sino también probablemente la propia supervivencia del sector en la Europa mediterránea.

## Bibliografía

- AMERICAN STATE PAPERS (1885): *Reports from the consuls of the United States on the leather and shoe industries in their several districts*, vol. XVII, 59.
- AMIGHINI, A. y RABELLOTTI, R. (2003): *The effects of globalisation on industrial districts in Italy: Evidence from the footwear sector*, comunicación presentada en el 43<sup>rd</sup> European Congress of the Regional Science Association, Jyväskylä, University of Jyväskylä.
- BANCO DE CRÉDITO INDUSTRIAL (1962): *Informe de carácter general sobre la industria del calzado en España*, Madrid, Servicio de Estudios del Banco de Crédito Industrial.
- BERNABÉ, J. M. (1975): *Indústria i subdesenvolupament al País valencià. El calçat a la Vall del Vinalopó*, Mallorca, Moll.
- BERNABÉ, J. M. (1976): *La Industria del Calzado en el Valle del Vinalopó*, Valencia, Departamento de Geografía de la Universidad de Valencia.
- BLIM, M. L. (1989): "Prima e dopo lo sviluppo. Monte San Giusto dall'Unità as oggi", en ANSELMI, S. (ed.), *L'industria calzaturiera marchigiana. Dalla manifattura alla fabbrica*, Fermo, Unione Industriali del Fermano, 203-246.

- BLIM, M. L. (1990): *Small-scale industrialization and its consequences*, New York, Praeger.
- BONDI, F. y MARIACHER, G. (1979) : *La calzatura della Riviera del Brenta. Storia & disegni*, Venecia, Cavallino.
- BURCH, H. A. (1929): *Boot and shoe industry and trade in Great Britain*, Washington, Government Printing Office.
- BUTMAN, A. B. (1907): *Report on leather and boots and shoes in European markets*, Washington, Government Printing Office.
- BUTMAN, A. B. (1912a): *Shoe and leather trade in the United Kingdom*, Washington, Government Printing Office.
- BUTMAN, A. B. (1912b): *Shoe and leather trade in Germany*, Washington, Government Printing Office.
- BUTMAN, A. B. (1913a): *Shoe and leather trade in Belgium, Spain and Egypt*, Washington, Government Printing Office.
- BUTMAN, A. B. (1913b): *Shoe and leather trade in Italy and Austria-Hungary*, Washington, Government Printing Office.
- CAMAGNA, E. (1971): "The Italian shoe industry", *Review of the Economic Conditions in Italy*, vol. 25, n.º. 6, pp. 460-473.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (1991): *La cadena de distribución y la competitividad de las exportaciones latinoamericanas: las exportaciones de calzado de Brasil*, Naciones Unidas.
- COMISIÓN NACIONAL DE PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL (1959): *Productividad de la industria española del calzado*, Madrid, CNPI.
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (2001): *Report on the promotion of competitiveness and employment in the European footwear industry*, Commission Staff Working Document, Brussels.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA (s.a.): *Sector del calzado. Libre blanc sobre la repercussió a la Comunitat Valenciana de l'adhesió d'Espanya a la Comunitat Econòmica Europea*, Valencia, Generalitat Valenciana.



- FONTANA, G. L. (ed.) (1998) : *100 anni di industria calzaturiera nella Riviera del Brenta*, Venecia, ACRIB.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (1980): *World statistical compendium for raw hides and skins, leather and leather footwear 1961-1979*, Roma, FAO.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (1983): *World statistical compendium for raw hides and skins, leather and leather footwear 1961-1982*, Roma, FAO.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (2003): *World statistical compendium for raw hides and skins, leather and leather footwear 1984-2002*, Roma, FAO.
- FOOTWEAR INDUSTRIES OF AMERICA (1999): *ShoeStats 1999*, Washington, FIA.
- FRIGENI, R. and TOUSIJN, W. (1976): *L'industria delle calzature in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- GAIBISSO, A. M. (ed.) (1992): *Struttura e competitività del settore calzaturiero in Italia*, Milano, Franco Angeli.
- HEAD, P. (1968): "Boots and shoes", en ALDCROFT, D. H. (ed.), *The development of British industry and foreign competition, 1875-1914. Studies in industrial enterprise*, London, George Allen & Unwin.
- HERTZ, N. (1924): *Shoes, leather, and hides in Great Britain*, Washington, Government Printing Office.
- HOLT, E. G. (1938): *The boot and shoe industry of the United States*, Washington, Government Printing Office.
- HOOVER, E. M. (1937): *Location theory and the shoe and leather industries*, Cambridge, MA., Harvard University Press.
- HUNTER, A. L. (1946): *Boot and shoe industry statistics*, Washington, Department of Commerce.
- INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACIÓN (2004): *Sector calzado de la Comunidad Valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana.

- MADDISON, A. (1997): *La economía mundial 1820-1992. Análisis y estadísticas*, París, OCDE.
- MANERA, C. (dir.) (2003): *Las islas del calzado. Historia económica del sector en Baleares (1200-2000)*, Palma de Mallorca, LLeonard Muntaner.
- MINISTERIO DE HACIENDA (1900): *Memorias sobre la industria fabril redactadas por los ingenieros al servicio de la investigación de la Hacienda Pública*, Madrid, Ministerio de Hacienda.
- MIRANDA, J. A. (1991): *Hacia un modelo industrial. Elche, 1850-1930*, Alicante, Instituto de Cultura Juan Gil-Albert.
- MIRANDA, J. A. (1993): “De la tradición artesana a la especialización industrial. El calzado valenciano, 1850-1930”, *Historia Industrial*, 4, pp. 11-36.
- MIRANDA, J. A. (1998): *La industria del calzado en España (1860-1959). La formación de una industria moderna y los efectos del intervencionismo estatal*, Alicante, Generalitat Valenciana e Instituto de Cultura “Juan Gil-Albert”.
- MIRANDA, J. A. (1999): “Crecimiento y especialización territorial en la industria española del calzado, 1860-1935”, en CARRERAS, A.; PASCUAL, P., REHER, D. y SUDRIÀ, C. (eds.): *La industrialización y el desarrollo económico de España*, Barcelona, Universitat de Barcelona, pp. 1330-1343.
- MIRANDA, J. A. (2001): “En busca del tiempo perdido: la conquista del mercado exterior y el desarrollo de la industria del calzado en España en la segunda mitad del siglo XX”, *Revista de Historia Industrial*, 19-20, pp. 39-77.
- MIRANDA (2004a): “American machinery and European footwear: technology transfer and international trade, 1860-1939”, *Business History*, vol. 46, n.º. 2, pp. 195-218.
- MIRANDA (2004b): “Dependencia tecnológica y crecimiento industrial en España. El desarrollo de la industria del calzado en el primer tercio del siglo XX”, en *Josep Fontana. Història i projecte social. Reconeixement a una trajectòria*, Barcelona, Crítica, pp. 1203-1217.
- NADAL, J. (1994): “La transición del zapato manual al zapato mecánico en España”, en NADAL, J. y CATALAN, J. (eds), *La cara oculta de la industrialización española. La modernización de los sectores no líderes (siglos XIX y XX)*, Madrid, Alianza, pp. 321-339.
- ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (1969): *Examen général des problèmes sociaux dans l'industrie du cuir et de la chaussure*, Genève, Bureau International du Travail.





- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (1992): *Situación reciente en la industria del cuero y del calzado*, Ginebra, Oficina Internacional del Trabajo.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2000): *Prácticas laborales de las industrias del calzado, el cuero, los textiles y el vestido*, Ginebra, OIT.
- PANICCIA, I. (2002): *Industrial districts. Evolution and competitiveness in Italian firms*, Cheltenham, Edward Elgar.
- PONCE, G. y MARTÍNEZ, A. (2003a): *La industria del calzado en el Alto Vinalopó (1850-1977)*, Alicante, Universidad de Alicante.
- PONCE, G. y MARTÍNEZ, A. (2003b): "Factores de impulso en la configuración de un territorio innovador: la contribución del entorno al sistema productivo del calzado alicantino", *Investigaciones Geográficas*, 32, pp. 39-63.
- RABELLOTTI, R. (1997): *External economies and cooperation in industrial districts. A comparison of Italy and Mexico*, London, MacMillan.
- RABELLOTTI, R. (1998): "Collective effects in Italian and Mexican footwear industrial clusters", *Small Business Economics*, 10, pp. 243-262.
- RABELLOTTI, R. (2003): "How globalisation affects Italian industrial districts: the case of Brenta", comunicación presentada en el Regional Science Association International Conference, Pisa.
- SABBATUCCI, P. (1989): "La formazione del distretto calzaturiero fermano-maceratese", in ANSELMi, S. (ed.): *L'industria calzaturiera marchigiana. Dalla manifattura alla fabbrica*, Fermo, Unione Industriali del Fermano, pp. 167-202.
- SABBATUCCI, P. (1998): "Due distretti calzaturieri a confronto: Vigevano e i paesi del Fermano dalla metà dell'Ottocento agli anni del boom economico", *Proposte e Ricerche*, 40, pp. 93-118.
- SAN MIGUEL, B. (2000): *Elche: La fábrica dispersa*, Alicante, Instituto de Cultura "Juan Gil-Albert".
- SEGRETO, L. (1989): "L'industria calzaturiera in Italia. La lunga rincorsa marchigiana, 1914-1960", en ANSELMi, S. (ed.), *L'industria calzaturiera marchigiana. Dalla manifattura alla fabbrica*, Fermo, Unione Industriali del Fermano, pp. 247-324.

- SCHNITZER, J. G. (1937): *Leather footwear. World production and international trade*, Washington, Government Printing Office.
- SZENBERG, M.; LOMBARDI, J. W. y LEE, E. Y. (1977): *Welfare effects of trade restrictions. A case study of the U.S. footwear industry*, New York, Academic Press.
- THOMSON, R. (1989): *The path to mechanized shoe production in the United States*, Chapel Hill y London, The University of North Carolina Press.
- US DEPARTMENT OF COMMERCE (1927): *Foreign markets for footwear from reports submitted by oversea representatives of the Departments of Commerce and State*, Washington, Department of Commerce.
- US DEPARTMENT OF COMMERCE (1946): *Boot and shoe industry statistics*, Washington, Department of Commerce.
- US DEPARTMENT OF COMMERCE (1966): *Opportunities for increasing markets and employment in the shoe industry (nonrubber)*, Washington, Government Printing Office.
- US TARIFF COMMISSION (1971): *Nonrubber Footwear. Report to the President on Investigation N°. TEA-I-18 Under Section 301(b)(1) of the Trade Expansion Act of 1962*, Washington.
- VALERO, J. R.; NAVARRO, A.; MARTÍNEZ, F. y AMAT, J. M. (1992): *Elda, 1832-1980: industria del calzado y transformación social*, Alicante, Instituto de Cultura Juan Gil-Albert.
- YBARRA, J. A.; GINER, J. M. y SANTA MARÍA, M. J. (2002): *El calzado en España: del sector al territorio*, Alicante, Universidad de Alicante.