



Presentado el Informe del Consumidor y la distribución de Calzado en España

La Consellera, Belén Juste afirma que este informe ayudará a las empresas del sector calzado a mejorar su competitividad

Elda (29.04.08). Esta mañana ha tenido lugar en la sede central de Coepa en Alicante la presentación del Informe del Consumidor y Distribución de Calzado en España en el 2007. La Consellera de Industria, Comercio e Innovación, Belén Juste, ha sido la encargada de hacer públicos los resultados de este informe, acompañada del Presidente de INESCOP, José Amat, y actuando como anfitrión el Presidente de COEPA, Modesto Crespo.

El Presidente de COEPA ha iniciado la presentación destacando la importancia del Observatorio de Mercado del Calzado, que elabora este informe, como herramienta para facilitar el diseño y puesta en práctica de estrategias empresariales, identificar posibilidades de futuro, a través de la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades de negocio, así como para elaborar planes de marketing.

José Amat, Presidente de INESCOP, ha señalado que *“aunque la principal dificultad que atraviesa el Sector está en la exportación y la baja cotización del dólar, pues la producción española de calzado se exporta en más del 80 %, no hay que olvidar nuestro mercado interior, que es el objeto del informe que se presenta y que constituye una asignatura difícil para la industria, por lo que FICE puso en marcha el pasado año la Campaña Zapatos de España, que este año está retomando con fuerza, con el objetivo de valorizar la imagen de nuestro calzado en nuestro propio mercado”*.

La Consellera, Belén Juste, elogió la labor de INESCOP como brazo tecnológico del sector calzado, enfocando sus actividades a la realidad empresarial y a las necesidades del entorno. Destacó la importancia actual de que los directivos, profesionales y empleados estén bien informados y defendió la mejora de la competitividad basada en elementos que aporten valor añadido al producto y en el desarrollo de estrategias que aumenten la satisfacción del cliente.

Resaltó algunos indicadores del informe tales como la gran importancia que se le otorga al calzado en la imagen personal y la escasa “visibilidad” de la publicidad de calzado en los medios, por lo que expresó su apoyo a la *Campaña “Zapatos de España”*, de FICE. Indicó que, según el informe, los consumidores valencianos figuran en los primeros puestos por nº de pares adquiridos al año, que la característica más valorada ha sido la comodidad, seguida por la calidad y el diseño, apareciendo el precio en cuarta posición. En lo referente a la marca, el informe destaca que es una todavía cualidad débil en la decisión de

compra, pues solo el 15% de los compradores de calzado buscaban una marca concreta. Por último destacó que la tienda de calzado tradicional sigue siendo el lugar más utilizado para la adquisición de los principales tipos de calzado.

El Informe responde a la necesidad manifiesta del sector de tener un conocimiento detallado del comportamiento del eje de su negocio: el consumidor. Está basado en una encuesta telefónica sobre 2.500 personas mayores de 16 años y residentes en España que han adquirido calzado en el periodo septiembre 2006-septiembre 2007. En la compra se engloba tanto la llevada a cabo para sí mismo como para otras personas.

El estudio de lo que se ha adquirido desempeña un papel esencial en el Informe, no se han dejado de lado otros aspectos como el uso, la importancia del calzado en la imagen personal, los medios y la publicidad de calzado, los usos del calzado e incluso los problemas que se detectan, de acuerdo con el interés de las empresas.

La iniciativa ha contado con el apoyo de la Consellería de Industria, Comercio e Innovación, de la Comunidad Valenciana, a través de IMPIVA y se desarrolla en estrecha relación con FICE, la Federación de Industrias del Calzado Español, y la colaboración de las patronales del sector curtidos y de componentes de calzado.