

## **Recuperación polarizada en la industria del calzado.**

Para la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), dar seguimiento a los indicadores económicos es una actividad permanente que lleva a cabo nuestro Centro de Innovación y Competitividad “PROSPECTA” con el objetivo de contar con información que nos permita conocer la dinámica industrial de nuestro sector y con ello generar acciones y estrategias para fortalecer su desarrollo.

En este sentido, les comparto algunos de los principales datos que muestran la situación de la industria del calzado en el primer trimestre de este 2016; utilizando para ello la información de INEGI, en especial la proveniente de la Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera (EMIM).

Partamos del Producto Interno Bruto de México (PIB) que en el comparativo del primer trimestre de 2016 respecto al del 2015 creció 2.6 por ciento. Respecto al PIB de la industria manufacturera, éste disminuyó su ritmo de crecimiento de 2.8 por ciento registrado en el 2015 a tan sólo 1.0 por ciento en los primeros tres meses de 2016.

Cabe destacar que en la industria del calzado se muestra una mejoría, ya que en todo el 2015 creció su PIB un 0.8 por ciento y en este primer trimestre del año se observa un aumento del 2.8 por ciento, lo que manifiesta que nuestro sector se está recuperando más rápido que el total de la economía nacional, aunque todavía no se refleja en todas las empresas.

En cuanto al personal ocupado en la rama de fabricación de calzado, el INEGI reporta una disminución del 1.5 por ciento; sin embargo este dato contrasta con el que proporciona el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) que para el mes de febrero del 2016 indica un aumento de los trabajadores asegurados del 3.2 por ciento en el estado de Guanajuato.

Respecto al valor de las ventas de la industria del calzado, en el primer trimestre de este año mostraron un aumento anualizado nominal del 2.8 por ciento, cifra que es menor al 4.8 por ciento nominal observado durante el 2015.

Otro indicador que analizamos es el precio promedio del calzado. Aquí observamos que la situación de competencia en el mercado interno, así como la concentración del poder de compra en cada vez menos compradores mayoristas, nos ha obligado a los fabricantes a mantener los precios de nuestros productos. Esta situación, conjugada con las alzas en los costos de insumos y de la mano de obra, ha afectado negativamente la rentabilidad de las empresas. Así pues, tenemos que el precio promedio del par de calzado (valor de la producción dividido entre unidades producidas) pasó de \$230.25 pesos en el primer trimestre de 2015 a \$229.01 pesos por par en el mismo trimestre de 2016, lo que implica una disminución de un 3.0 por ciento en términos reales en el precio del calzado.

En materia de producción se observa una mejoría en este primer trimestre del año en relación al mismo periodo del 2015, ya que el valor de la producción aumentó en términos nominales un 4 por ciento, por su parte, la producción de calzado en unidades físicas aumentó un 3.3 por ciento.

Finalmente respecto a la capacidad de la planta utilizada para la fabricación de calzado, en este periodo de análisis ésta fue de 79.8 por ciento. Por ello es importante incursionar y en su caso fortalecer el modelo de la exportación, y con ello aprovechar el 20 por ciento de capacidad restante; a fin de ser más productivos y hacer más negocios que impulsen el crecimiento de nuestras empresas.

Amigas y amigos empresarios, el análisis de los datos anteriores nos indican que en la mayor parte de las variables hay una recuperación de la industria del calzado en los primeros tres meses de 2016. Sin embargo debemos de considerar que la recuperación no ha sido homogénea para todas las fábricas, y que aún subsisten situaciones como la caída en el empleo y el estancamiento en el precio promedio por par.

Por lo anterior desde CICEG trabajamos en generar acciones que permitan fortalecer esta recuperación a través de proyectos estratégicos que impulsen la competitividad; la decidida promoción de las exportaciones, principalmente en los Estados Unidos nuestro mayor socio comercial; y mediante las acciones de defensa de la industria ante las prácticas de comercio internacional ilegal como la subvaluación.

Los empresarios debemos continuar haciendo la tarea de impulsar la competitividad de nuestras empresas, instrumentar en ellas las mejores prácticas en materia de producción, de cultura laboral y de innovación en los productos que fabricamos, y con ello generar más empleos y desarrollo para todos.

**Ing. Javier Plascencia Reyes**

[presidencia@ciceg.org](mailto:presidencia@ciceg.org)