# El calzado español sigue vivo

07/07/2026


EL CALZADO
ESPAÑOL
SIGUE VIVO
TRADICIÓN
PASIÓN
INNOVACIÓN
FUTURO
DISEÑO
CALIDAD
COMPROMISO
37
37
Hecho en España
NUESTRAS RAÍCES, TU FUTURO.
TRADICIÓN
Nuestra raíz
CALIDAD
Nuestro orgullo
INNOVACIÓN
Nuestro impulso
EMPRENDER
Nuestro camino
EMPRENDER HOY ES HACER QUE EL CALZADO ESPAÑOL SIGA VIVO MAÑANA.

Imagen realizada con IA.

Durante décadas, el calzado español ha sido sinónimo de calidad, diseño e innovación. Desde las grandes fábricas hasta los pequeños talleres familiares, miles de profesionales han convertido a España en una referencia internacional, Elda, Elche, Petrer, Villena, Almansa, Arnedo, Fuensalida, Valverde o Inca, entre otras, son zonas zapateras donde la fabricación de calzado forma parte de su identidad económica, social y cultural.

Es cierto que el sector atraviesa uno de los momentos más complejos de su historia. La competencia de países con costes laborales muy inferiores, la globalización, el incremento del precio de la energía y de las materias primas, la dificultad para encontrar mano de obra especializada y la reducción en determinadas líneas de consumo, han podido ser alguna de las causas del cierre de numerosas empresas. Cada fábrica que desaparece supone la pérdida de empleo, de conocimiento y, especialmente de una parte del patrimonio industrial de nuestro país.

Sin embargo, afirmar que el calzado español está acabado sería un grave error. El calzado español sigue vivo.

Sigue vivo porque aún existen miles de empresas que cada día diseñan, fabrican y exportan millones de pares de zapatos a los mercados más exigentes del mundo.

Sigue vivo porque detrás de cada colección hay diseñadores, modelistas, patronistas, cortadores, aparadoras, zapateros de máquina, técnicos e ingenieros que continúan aportando un valor que ningún proceso de fabricación masiva puede sustituir.

Sigue vivo porque la industria española del calzado ha demostrado históricamente una enorme capacidad de adaptación. Ha superado crisis económicas, transformaciones tecnológicas y cambios en los mercados internacionales, reinventándose una y otra vez mediante la innovación, la automatización, la digitalización y la mejora constante de la calidad.

El consumidor también comienza a valorar aspectos que juegan a favor de nuestro sector, por ejemplo: la fabricación responsable y de calidad, el respeto al medio ambiente, la originalidad e innovación de los calzados fabricados, la potente, dinámica y bien estructurada industria auxiliar, y la garantía de unas condiciones laborales dignas. Frente al modelo basado únicamente en el precio, el calzado español ofrece valor añadido, durabilidad, diseño, responsabilidad y confianza.

Pero la supervivencia del sector no puede depender únicamente del esfuerzo de las empresas. Es imprescindible una decidida política industrial que considere al calzado como el sector estratégico que es. Resulta urgente desarrollar medidas que favorezcan la inversión tecnológica, impulsen la formación profesional especializada, faciliten el relevo generacional, apoyen la internacionalización como una de las mayores prioridades, reduzcan los costes energéticos y combatan la competencia desleal derivada de importaciones que no cumplen los mismos estándares sociales, laborales y medioambientales y erradiquen la clandestinidad en la propia fabricación.

Asimismo, es necesario fortalecer la colaboración entre administraciones, asociaciones empresariales, centros tecnológicos, universidades y empresas. Solo mediante una estrategia conjunta será posible mantener el liderazgo internacional que durante décadas ha distinguido al calzado español.

Las zonas zapateras no piden privilegios extraordinarios; lo que necesitan son oportunidades para seguir haciendo aquello que saben hacer mejor que nadie: fabricar un producto de excelencia reconocido en todo el mundo.

El calzado español no es únicamente una actividad económica. Es cultura industrial, innovación, tradición, empleo y cohesión territorial. Detrás de cada par de zapatos fabricado en España existe una historia de esfuerzo, conocimiento y compromiso que merece ser protegida.

Todavía estamos a tiempo. Si actuamos con decisión, el sector puede recuperar buena parte del terreno perdido y convertirse nuevamente en uno de los motores industriales de nuestro país. Cabe recordar, en este momento, el esfuerzo de otras épocas en las que, entre 1960 y 1980, el calzado se convirtió en el principal producto español de exportación dentro de las manufacturas de consumo, llegando a superar en valor exportado a sectores agrícolas tradicionales como los cítricos.

Porque mientras existan empresarios que inviertan, trabajadores que transmitan su oficio con la maestría y las aptitudes casi artísticas que exige la fabricación del zapato, técnicos que innoven y consumidores que apuesten por la calidad, el futuro seguirá escribiéndose desde nuestras fábricas.

No debemos olvidar que el calzado español sigue vivo. Y,

por las nuevas generaciones, merece la pena seguir esa senda de futuro.