

PLAN DE 3RS RECONSTRUCCIÓN

30 DE JUNIO DE 2020



PLAN DE RECONSTRUCCIÓN

Resultados y Propuestas de Actuación



EMITIDO POR:

AEC OBSERVATORIO INDUSTRIAL

Álvaro Sánchez Concellón
Director General de AEC

**Asociación Española de
Empresas de Componentes
para el Calzado**

CONTENIDOS

PLAN DE RECONSTRUCCIÓN DEL SECTOR DE LOS COMPONENTES PARA EL CALZADO

04

EI PLAN DE RECONSTRUCCIÓN DE AEC

08

RECONSTRUCCIÓN

14

IMPACTO DE LA CRISIS

17

PERSPECTIVAS

23

ENCUESTA

38

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

43

MEDIDAS

50

PLAN DE ACCIÓN

59

PROPUESTAS DE MEJORA



PLAN DE RECONSTRUCCIÓN DE AEC

Atendiendo a la difícil situación por la que atraviesa el sector de los componentes para el calzado, AEC pone en marcha el presente estudio para favorecer la reconstrucción del sector; el cual resulta de la encuesta efectuada a un total de 2.500 empresas, empresarios y trabajadores, de los que 133 han participado en ella y de la cual se sustrae un informe previo en el que se recogen los resultados obtenidos, junto con las propuestas y solicitudes que las empresas nos han hecho llegar a la Asociación.

La encuesta está dividida en 5 grandes apartados, sobre los cuales se analizan las siguientes medidas:

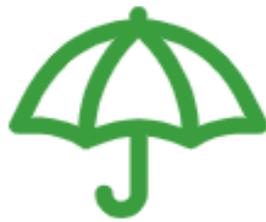
- Medidas organizativas.
- Medidas económicas y laborales.
- Medidas comerciales.
- Medidas estratégicas.
- Medidas estructurales.

Teniendo en cuenta las consecuencias de la crisis actual que estamos viviendo y que nos afecta a nivel económico, laboral, industrial y comercial, desde el OBSERVATORIO INDUSTRIAL DE AEC hemos recabado la información necesaria para poder definir las líneas estratégicas de actuación futuras que nos permitan diseñar una nueva Hoja de Ruta que favorezca la Reconstrucción del sector dando solución a las necesidades actuales de las empresas.

En torno a este estudio, se crea una comisión de trabajo y seguimiento para la puesta en marcha de los planes de actuación.

Antes de nada, hay que mencionar que el sector de los componentes y la maquinaria para el calzado y la marroquinería que representa AEC a nivel nacional, constituye un pilar imprescindible en el conjunto del sector de la moda española, la cual se ha visto fuertemente afectada y perjudicada por esta crisis sanitaria que ha generado daños muy profundos y que aún no somos capaces de cuantificar en su totalidad.

Esta crisis a su vez, se traduce en una parálisis económica que ha repercutido directamente en el consumo, siendo reflejo de la misma la variación mensual del Índice de Producción Industrial que se ha visto fuertemente afectado disminuyendo el -21,8% y generando una tasa anual del índice de Producción Industrial del -33,6% tanto en serie corregida de efectos estacionales y de calendario, como en serie original.



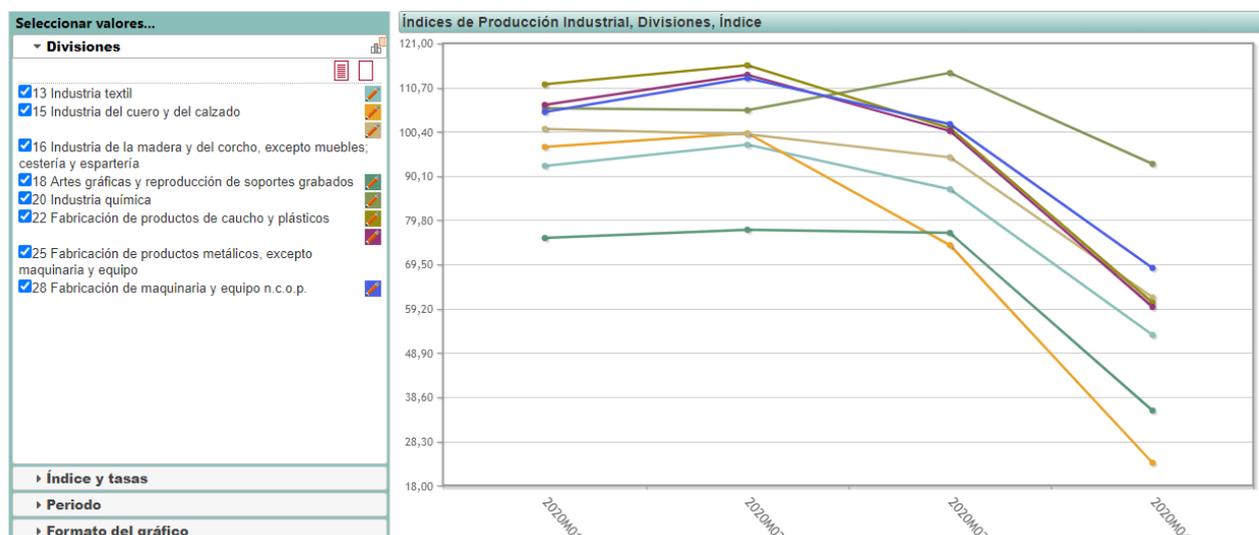
La situación de confinamiento de los hogares ha provocado una fuerte reducción de la demanda de bienes personales y para el hogar. Debido a ello, la confección de prendas de vestir, la industria del cuero y del calzado registran descensos en su producción superiores al 70%; afectando a nuestro sector de los componentes para el calzado y la marroquinería de una manera muy negativa.

Concretamente en nuestro sector y a título general todas las actividades acumulan hasta el mes de abril una variación anual de fuertes caídas, siendo la del sector del calzado y del cuero la más severa con un -73,5% siendo la mayor registrada y una de las más bajas de toda la industria en general. Seguida de la industria textil con un -49%, las Artes gráficas y reproducción de soportes grabados con un -59,9%, la de la Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería con un -42,6%, la Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo -48,1%, Fabricación de productos de caucho y plásticos con un -45,4%, Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p. con un -41,7%, y la Industria química con un -13,6%. Todo ello a consecuencia de los efectos del COVID19, pues la declaración del estado de alarma y la entrada en vigor del permiso retribuido recuperable para las personas trabajadoras por cuenta ajena que no prestaban servicios esenciales, han provocado una paralización casi total de la mayor parte del tejido productivo industrial durante la primera parte de abril y una posterior reincorporación paulatina y escalonada de la actividad.

Índice de Producción Industrial. (Base 2015)
Índice de Producción Industrial. (Base 2015)

Divisiones. Nacional.	Índice				Variación anual			
	2020M04	2020M03	2020M02	2020M01	2020M04	2020M03	2020M02	2020M01
13 Industria textil	53,068	87,000	97,361	92,451	-48,9	-18,0	-3,9	-7,9
15 Industria del cuero y del calzado	23,279	73,987	100,033	96,835	-73,5	-28,6	-2,8	-1,2
16 Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería	61,828	94,439	99,809	101,059	-42,6	-18,5	-14,2	-10,9
18 Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	35,449	76,809	77,566	75,633	-59,9	-13,3	-4,3	-9,9
20 Industria química	92,898	114,069	105,410	105,857	-13,6	-0,9	1,2	-3,5
22 Fabricación de productos de caucho y plásticos	60,609	101,212	115,878	111,412	-45,4	-15,4	2,9	-1,3
25 Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	59,586	100,552	113,657	106,649	-48,1	-18,9	-2,1	-2,3
28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	68,653	102,185	112,855	104,992	-41,7	-16,1	1,1	-5,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística





Debido al impacto que el CORONAVIRUS ha generado en nuestra industria y teniendo en cuenta que el momento en el que se ha producido ha conllevado el cierre a nivel internacional de la industria de proveeduría de materias primas, nuestras empresas de fabricación de textiles, curtiduría, industria química, industria del caucho y del plástico, de la madera, del corcho, del metal, artes gráficas, papel y envases, entre otras, se han encontrado grandes dificultades para poder mantener su actividad productiva.

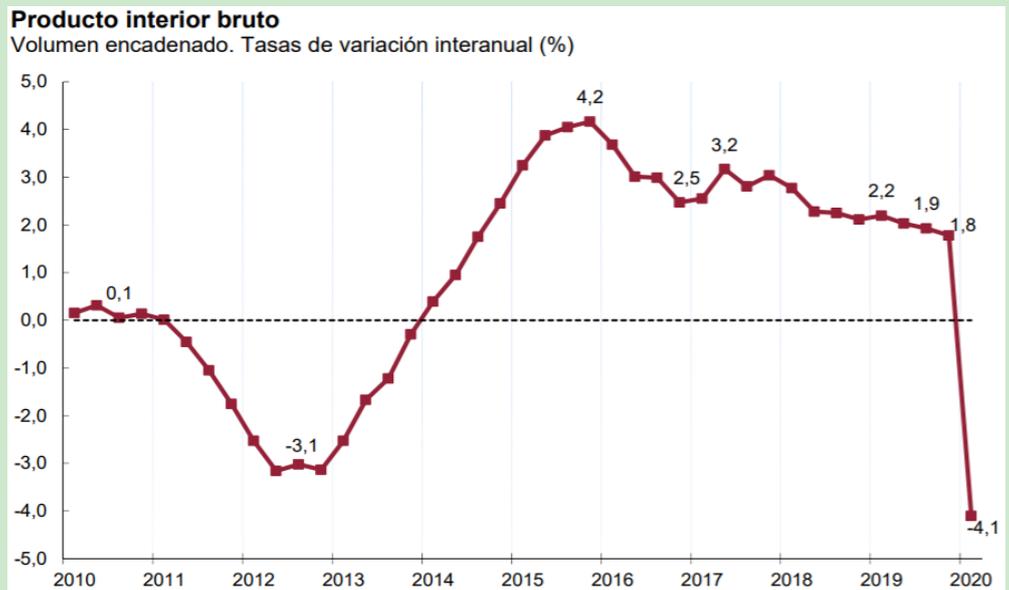
Adicionalmente, el confinamiento por el estado de alarma, ha conllevado el absoluto cierre del comercio y, por consiguiente, el cierre de los módulos de producción de las fábricas de calzado, lo cual ha generado una parálisis absoluta de la industria auxiliar en su totalidad, llegando a poner en situación de riesgo dentro del sector 4 temporadas que representan la facturación para el sector de la moda de 2 años completos, el 2020 y el 2021, lo que a su vez conlleva una pérdida de cuota de mercado cercana al 65% y de capacidad económica, financiera y competitiva para poder asumir los restos futuros del sector.

ACTIVIDAD ECONÓMICA EN 2020

El PIB del conjunto de España experimentó en 2019 un incremento del 2%, confirmando la tendencia de moderación del crecimiento iniciada en el año anterior. El último trimestre del 2019 se cerró con una tasa de variación interanual del 1,8%, y el avance de la Contabilidad Nacional Trimestral para el primer trimestre del año arrojaba una caída interanual del 4,1%. En términos intertrimestrales, el PIB nacional cayó un 5,2% el primer trimestre de 2020.

PREVISIONES

Estas cifras, que incluyen tan sólo una quincena de los tres meses del primer trimestre de 2020, anuncian el grave impacto que la pandemia va a tener sobre la actividad productiva hasta el final del 2020 y principios del 2021 en España..





PREVISIONES

Las últimas previsiones del Banco Mundial pasan porque el Producto Interior Bruto (PIB) mundial se contraiga un 5,2% en 2020, la mayor caída desde la Segunda Guerra Mundial. Según el informe Descifrando el Covid-19 en España, elaborado por Everis, es poco probable que las contracciones superiores al 4% se recuperen en patrón de V y apunta hacia una evolución en U o en L, lo que implica que la recuperación sea “lenta”. Para la moda, la consultora estima que el sector no recuperará los niveles de rentabilidad de 2019 hasta 2025 en el mejor de los casos.

En España, la economía retrocedió un 5,2% en los tres primeros meses de 2020, y se anticipa una caída del PIB de entre el 15% y el 22% en el segundo trimestre del año. Dependiendo de la evolución de la pandemia, la contracción del PIB puede continuar en el tercer trimestre.

La paralización del sector durante la crisis ha sido “inédita”, ya que el cierre de tiendas durante un periodo tan prolongado ha producido una drástica caída en ventas, provocando una contracción del sector de “complicada” recuperación a corto e incluso a medio plazo. En ese sentido, el sector no recuperará la rentabilidad hasta 2025 en “el mejor de los casos para la mayoría de los operadores”. Además, basándose en la evolución de la crisis de 2008, el consumo de moda será menor tras la pandemia. Antes de la crisis de 2008, la moda copaba el 6% de la cesta de la compra de los españoles, porcentaje que tras la recesión bajó al 4%.



RECONSTRUCCIÓN





PLAN DE RECONSTRUCCIÓN

EL PLAN

ALVARO SÁNCHEZ
DIRECTOR GENERAL DE AEC

El PLAN DE RECONSTRUCCIÓN post COVID es un desafío que requiere una cuidadosa planificación de carácter intersectorial y multidisciplinar.

Los componentes esenciales a tomar en cuenta son:

1. Análisis de Situación.
2. Evaluación del Impacto Socio-Económico del COVID19 en nuestro sector.
3. Evaluación de Necesidades.
4. Medidas de Actuación.
5. Recursos con los que contamos.

La evaluación del impacto del desastre, es un componente vital para tener un enfoque claro sobre los daños y pérdidas generadas sobre el sector, su industria, la economía y la sociedad, con la valoración de los daños directos al tejido empresarial y finalmente su impacto sobre el desarrollo social y económico del territorio son las claves para poder redefinir el plan de reconstrucción.



EL PROCESO DE APLICACIÓN

EL PROCESO

El proceso de aplicación de este instrumento abarca los siguientes aspectos:

1. Determinar el impacto generado al sector.
2. Clasificar y evaluar los daños y las pérdidas.
3. Establecer una línea de base que incluya políticas económicas, industriales, laborales y sociales a corto, medio y largo plazo.
4. Identificar las necesidades para la recuperación.
5. Priorizar las necesidades, realizando un análisis de las opciones de respuesta.
6. Establecer un marco de referencia para la recuperación.

El Plan de Reconstrucción además debe ir enfocado a resolver áreas específicas del sector. Hay que tener en cuenta el factor temporal. Los temas transversales que afectan al sector y la forma en que se abordarán para poder definir una estrategia de recuperación sólida.

POLÍTICAS DE RECUPERACIÓN

Las políticas de recuperación/reconstrucción deben ser integrales, estar orientadas a lograr objetivos comunes mediante la aplicación inteligente de medidas efectivas de reducción de riesgos, que ayuden a recuperar la economía sectorial y local, incorporando en el proceso de recuperación al sector público y privado (administración y empresas) y a los agentes sociales implicados en el diseño y en los planes para la reconstrucción y el desarrollo de las nuevas capacidades operativas.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La formulación del plan estratégico para la recuperación marca las directrices a seguir por los organismos o instituciones a cargo de la recuperación post desastre en el corto, medio y largo plazo definiendo los objetivos, planes específicos, programas y proyectos, contando con un presupuesto plurianual.

Es importante tomar en cuenta las siguientes estrategias de intervención en la formulación del plan de recuperación:

1. Restablecimiento de la actividad industrial y comercial.
2. Favorecer el consumo.
3. Refortalecimiento institucional.
4. Enfoque a largo plazo.
5. Promover y capacitar el liderazgo local, autonómico y nacional.
6. Trabajar con nuevos socios y fortalecer sus capacidades.
7. Promover una agenda de reforma sectorial.
8. Garantizar un adecuado ajuste de las fases.
9. Asegurar la coordinación con otros sectores.
10. Alinear las actividades con la política, las estrategias y sistemas establecidos por el gobierno a nivel local, autonómico y nacional.

ETAPAS DE RECONSTRUCCIÓN



Tomando en cuenta las etapas de reconstrucción, las estrategias de intervención deben concretarse en desarrollar programas y subprogramas específicos en un área o actividad donde su ejecución pueda garantizar los cambios establecidos.

RESPUESTA.

Para que el Plan de Reconstrucción surta efecto, todos los Agentes Sociales, Administración nacional, autonómica y local, Asociaciones Empresariales, Sindicatos, deben implicarse para poder dar respuesta a los problemas que ha generado la Crisis actual.

RECUPERACIÓN.

La recuperación será más rápida o lenta dependiendo de la capacidad de repuesta que tengan los agentes implicados.

RECONSTRUCCIÓN.

El plan de Reconstrucción requerirá de la puesta en marcha de Programas y Subprogramas efectivos y de la financiación que la administración destine al sector a través de ayudas directas para poder salir antes de esta crisis.

- Hay que refortalecer la Resiliencia del sector.
- Pensar de manera ascendente.
- Replantearse la manera de hacer las cosas y crear un progreso sostenido en pos de mayores oportunidades para todos.

PROGRAMAS Y SUBPROGRAMAS

1. Puesta en marcha de un nuevo Plan Calzado a nivel Nacional, Autonómico y Local.
2. Recuperar el Plan de Estrategia Industrial.
3. Recuperar los Programas de Internacionalización sectorial.
4. Recuperar los Programas de Competitividad empresarial.
5. Potenciar la digitalización en el sector.
6. Fomentar la economía circular.
7. Favorecer la Inversión en Industria 4.0.
8. Favorecer la inversión en programas de fomento del empleo.
9. Favorecer la Resiliencia empresarial. 3RS (Resistir, Recuperarse, Reinventarse).
10. Fomentar la diversificación y la creación de nuevas líneas de negocio.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

La financiación del proceso de recuperación, tiene que venir a través de la creación de un fondo de ayudas directas a las empresas y a las asociaciones Empresariales, tanto para facilitar la financiación y la liquidez en el sector, como para reactivar la economía, la capacidad productiva, facilitar el mantenimiento del empleo y la recuperación comercial y el consumo. A su vez es necesario destinar ayudas a fondo perdido para reactivar los proyectos sectoriales de promoción, las ferias y los programas de dinamización de la economía.

Todas las ayudas tienen que ir destinadas a generar la reactivación industrial y a recuperar la confianza de los ciudadanos.

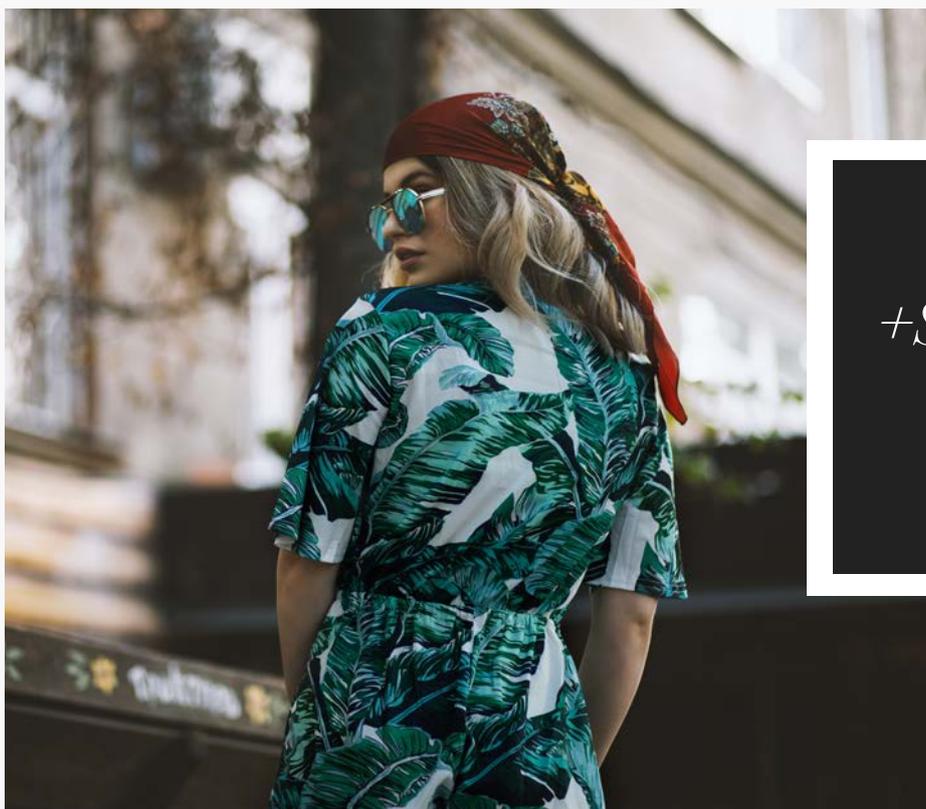
Además de las Líneas y Avales del ICO para favorecer la liquidez de las empresas, hay que garantizar que las compañías de Seguros de Crédito no bajen la clasificación de los clientes, es vital que la actividad comercial no se vea paralizada en ningún caso, dando facilidades para que las empresas puedan hacer frente a sus compromisos comerciales adquiridos a corto y medio plazo.



IMPACTO DE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS EN EL

COMERCIO INTERNACIONAL

Y EN EL SECTOR DE LOS COMPONENTES PARA EL CALZADO



+SOMBRAS
Y POCAS
LUCES

Según los últimos datos publicados por la Organización Mundial del Comercio (OMC) revisa a la baja sus previsiones de comercio internacional y estima que la economía a nivel mundial caerá hasta un 32% en 2020, y aunque se podría volver a recuperar los niveles previos a la pandemia en 2021, la crisis actual generará una caída del PIB global de hasta el 8,8%. Esto tendrá un impacto muy importante sobre las economías española y valenciana, ya que las exportaciones de bienes venían representando un 23,3% del PIB español y un 27,5% del valenciano.

32%

DESCENSO DE LA
ECONOMÍA MUNDIAL

8,8%

CAÍDA DEL
PIB GLOBAL

23.3%

CAÍDA DEL
PIB ESPAÑOL



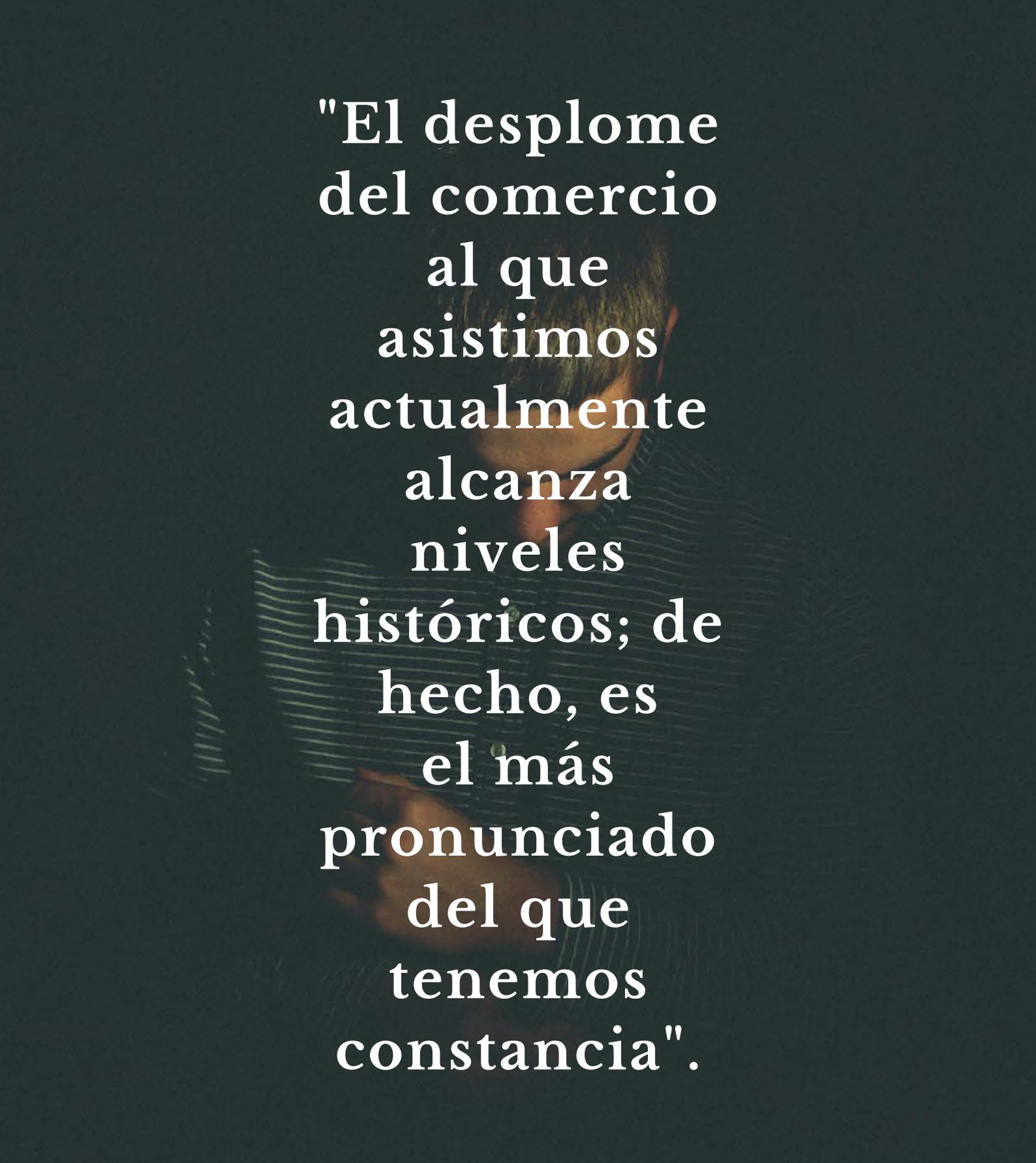
Con respecto a las previsiones globales, las exportaciones españolas y, sobre todo, las valencianas se verán penalizadas por una composición que prima algunos de los productos con peores pronósticos internacionales, como es el caso del automóvil.

En el lado positivo, los principales mercados de destino de las exportaciones nacionales –como el europeo– presentan perspectivas algo menos negativas que las del conjunto del comercio mundial. Considerando estos factores, las exportaciones españolas podrían caer entre un 12,7% y un 32,0% a lo largo de 2020, mientras que las valencianas lo harían entre un 13,4% y un 34,1%.

Los amplios intervalos con los que se presentan estas proyecciones –como las exageradas oscilaciones diarias que observamos en los mercados de valores– son un reflejo de la enorme incertidumbre económica y vital que experimentamos.

Con todo y a pesar de sus sombrías perspectivas a corto plazo, las exportaciones podrían erigirse en un elemento esencial de la futura recuperación económica, en el contexto de un mercado nacional que se prevé sufra la crisis de manera algo más profunda que otros mercados de nuestro entorno.

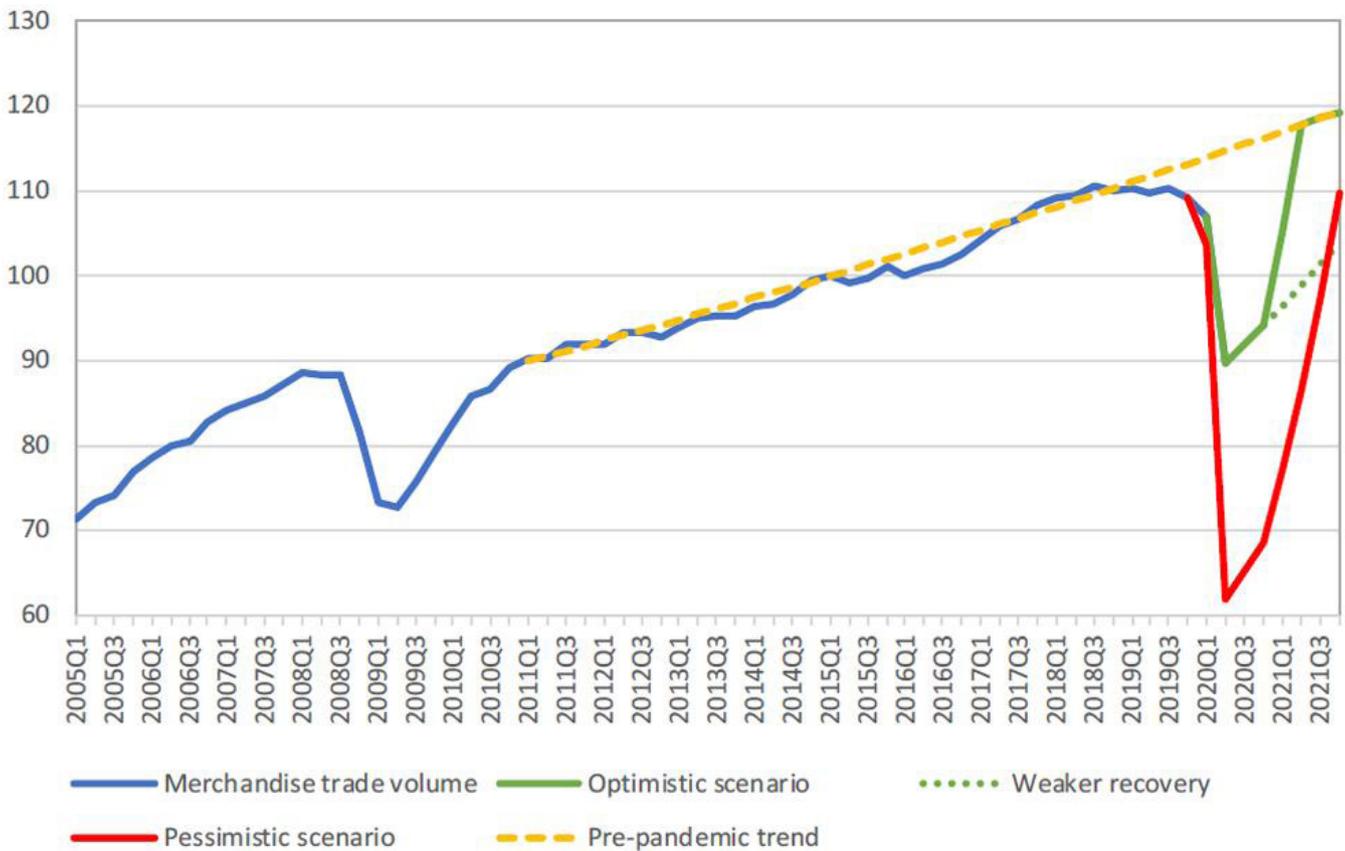
Las exportaciones fueron la válvula de escape que permitió a las economías española y valenciana empezar a recobrase de la Gran Recesión. Es necesario hacer ahora un esfuerzo privado y público por mantener activos los mercados de exportación para cuando las fronteras y los intercambios recuperen la normalidad. Aunque la supervivencia, durante lo peor de la pandemia, se basa en las producciones consolidadas y el mercado nacional, la reconstrucción y el crecimiento futuro tendrán que apoyarse decisivamente en la innovación y la competitividad exterior. Una importante palanca de esta estrategia será el aprovechamiento de los fondos de la Unión Europea para la recuperación económica que apuntan hacia la digitalización y la sostenibilidad medioambiental del crecimiento.



"El desplome
del comercio
al que
asistimos
actualmente
alcanza
niveles
históricos; de
hecho, es
el más
pronunciado
del que
tenemos
constancia".

En este sentido, las decisiones políticas serán decisivas para amortiguar el impacto sufrido en la industria y en el comercio, y esas decisiones serán importantes para determinar el ritmo de la recuperación económica. Para que la producción industrial y el comercio se recuperen con fuerza en 2021, las políticas fiscales, monetarias y comerciales deberán mantener su empuje conjunto en la misma dirección".

Gráfico 1: Volumen del comercio mundial de mercancías, primer trimestre de 2005 a cuarto trimestre de 2021 (Índice, primer trimestre de 2005 = 100)



PERSPECTIVAS

Las perspectivas de la economía mundial para los dos próximos años siguen siendo muy inciertas. Así lo refleja la horquilla de estimaciones de otras organizaciones internacionales, que, en algunos casos, se basan en múltiples situaciones hipotéticas (Cuadro 1).

El Banco Mundial, la OCDE y el FMI han publicado previsiones que muestran una considerable desaceleración del comercio y del PIB mundiales; en líneas generales, todas coinciden con las previsiones de la OMC para el año en curso. Según las recientes previsiones del Banco Mundial, la producción mundial disminuirá un 5,2% en 2020, cifra que se sitúa entre las horquillas optimista y pesimista de la OMC.

Las previsiones de otras organizaciones internacionales respecto al PIB en 2020 también son cada vez más negativas, aun cuando sus proyecciones comerciales se aproximan a la situación hipotética optimista de la OMC.

PIB MUNDIALES

Resumen de las recientes previsiones de comercio y PIB mundiales

	Real GDP (% change)		Trade volume (% change)		Elasticity (ratio)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
WTO Trade forecast (April 2020)						
- optimistic scenario	-2.5	7.4	-12.9	21.3	5.3	2.9
- pessimistic scenario	-8.8	5.9	-31.9	24.0	3.6	4.1
IMF World Economic Outlook (April 2020)	-3.0	5.8	-11.0	8.4	3.6	1.4
World Bank Global Economic Prospects (May 2020)	-5.2	4.2	-13.4	5.3	2.6	1.3
OECD Economic Outlook (June 2020)						
- single hit scenario	-6.0	5.2	-9.5	6.0	1.6	1.1
- double hit scenario	-7.6	2.8	-11.4	2.5	1.5	0.9
Memo items:						
IMF GDP at market exchange rates	-4.2	5.4	-11.0	8.4	2.6	1.6
World Bank GDP at purchasing power parity	-4.1	4.3	-13.4	5.3	3.3	1.2

Nota: Las cifras globales del PIB facilitadas por la OCDE y el FMI se basan en la paridad del poder adquisitivo, mientras que las del Banco Mundial y la OMC se han ponderado en función de los tipos de cambio del mercado. Las cifras de la OMC relativas al volumen de comercio se refieren al comercio de mercancías, mientras que las de las demás organizaciones se refieren al comercio de bienes y servicios. Fuente: Secretaría de la OMC, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Banco de la Reserva de Filadelfia, Banco Central Europeo.

En segundo lugar, la ayuda a los ingresos de los hogares y las expectativas de que, a la larga, la pandemia se debilitaría, pueden haber alentado a los consumidores a mantener los niveles de consumo en un nivel más elevado de lo previsto. Por último, una gran parte de la disminución de la producción se ha concentrado en los servicios no comercializables, tales como los servicios de hostelería, servicios personales y de esparcimiento, cuyo componente de importaciones suele ser mucho menor que el de las manufacturas.

A la vista de estos datos desde el sector de los componentes para el calzado valoramos el impacto de la pandemia de coronavirus en las exportaciones y las importaciones de una manera muy negativa, ya que, aunque todos los países avanzados estamos gravemente afectados por la pandemia del CORONAVIRUS, no todos saldrán, ni tan rápido, ni tan afectados de esta crisis sanitaria, que ya se ha convertido en una crisis económica, laboral, industrial, comercial y no tardando social en nuestro país.

Partiendo de dos escenarios que nos preceden; el primero en 2019 con una desaceleración económica, a nivel mundial y casi lineal en Europa en la que prácticamente crecíamos un 1%, y en la que España tenía un déficit comercial por importe de 31.979 millones, es decir importamos más de lo que exportamos: concretamente (exportamos 290.089 millones de euros, un 1,8% más que el año anterior, e importamos 322.068,7 millones de euros).

LA DEUDA DE ESPAÑA

A fecha de hoy la deuda de España ya supera el 98,9% y el FMI la posiciona en el 113,4% para finales del 2020, superando el 115% para el 2021, nada más y nada menos. De tal manera que, la crisis del coronavirus ha elevado la deuda pública española a máximos históricos, hasta los 1,22 billones de euros al cierre del primer trimestre, equivalente al 98,9% del PIB. En los primeros tres meses del año el endeudamiento de las administraciones públicas se ha disparado en 35.294 millones de euros, según los datos publicados por el Banco de España.

El Gobierno, en base al programa de estabilidad remitido a Bruselas a finales de abril, prevé que la cifra vaya a más en lo que queda de año y se alcance un endeudamiento récord del 115,5% del PIB por el impacto del virus en los ingresos y los gastos públicos. Esto ha obligado a reformular el calendario inicial modificando sus emisiones por 100.000 millones, como los 10.000 millones de deuda sindicada lanzados en marzo.

El desglose por subsectores del Banco de España revela que fue la Administración central quien más incrementó su endeudamiento en los tres primeros meses del año, al sumar 33.708 millones, con lo que marcó un nuevo máximo histórico de 1.094.047 millones de euros, un 88,5% del PIB.

La Seguridad Social, en cambio, apenas varió su endeudamiento, que se mantuvo en 55.025 millones, un 4,4% del PIB, por lo que marcó su récord histórico y sumando 11.957 millones de euros más en un año.





LA DEUDA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

“ *En estos momentos nuevamente de crisis, el consumo se retraerá, y el primer sector que se verá más afectado será el nuestro, el de la moda en general...* ”

La deuda de las comunidades autónomas cerró marzo en 297.866 millones, 2.783 millones más y un 24,1% del PIB, después de que subiera en 13 regiones y bajara en cuatro (Andalucía, Canarias, Navarra y Comunidad Valenciana). Las comunidades más endeudadas en términos absolutos son Catalunya (79.429 millones) Comunidad Valenciana (48.158), Andalucía (35.244) y Madrid (34.052). En relación con su PIB, el endeudamiento más acusado es el de la Comunidad Valenciana (42,2%), seguido de Castilla-La Mancha (36,2%), Catalunya (33,7%) y Murcia (30,8%).

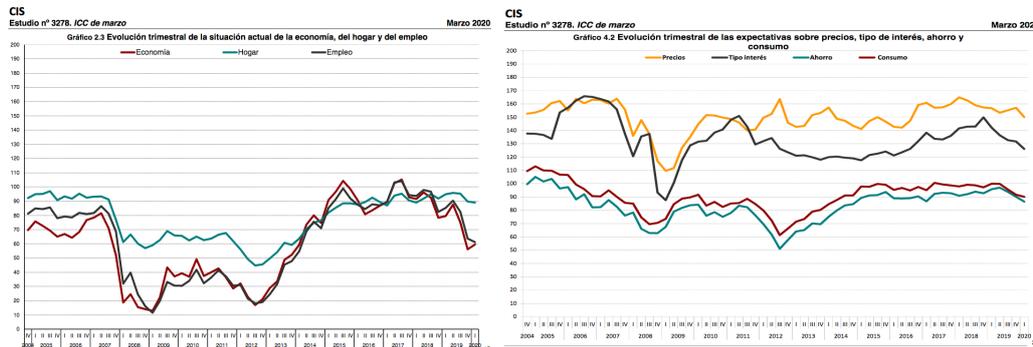
En este contexto, el sector del calzado, aun teniendo en cuenta el repunte de las exportaciones de un 1% en valor y un 2,3% en pares, cerró el año 2019 con un déficit comercial de 681 millones de euros y 165 millones en pares, es decir que por cada par de zapatos que se exportó se importaron dos pares convirtiéndonos en un sector netamente importador. Nuestro mayor problema actualmente, provocado por la crisis sanitaria, es el cierre del comercio a nivel nacional, el cual ha generado una parálisis global del sector de la moda, siendo uno de los sectores estratégicos de nuestro país, pero siendo muy sensible a las crisis económicas al no ser considerados por los consumidores un sector esencial. Por lo tanto, en estos momentos nuevamente de crisis, el consumo se retraerá, y el primer sector que se verá más afectado será el nuestro, el de la moda en general.

ÍNDICE DE CONFIANZA

Según el último informe del CIS El ICC del mes de junio se sitúa en 60,7 puntos, 7,8 puntos por encima del dato del mes anterior. Este ligero aumento del índice se debe tanto al incremento de las expectativas que suben 12,3 puntos, como al aumento de la valoración de la situación actual que sube 3,3 puntos. No obstante, en conjunto, desde febrero de este año el ICC ha caído un 29,2%, con un descenso del 59,3% del Índice de Situación Actual frente a una pérdida más moderada del 5,1% en el Índice de Expectativas. En estos momentos, el ICC y las expectativas tienen valores muy similares a los obtenidos a mediados de 2013. Sin embargo, el Índice de Situación Actual continúa en valores muy similares a los de mediados de 2012 y de finales de 2008, los valores más bajos de la serie hasta el momento.

Comentarios al ICC del mes de marzo de 2020

	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar
	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020
ÍNDICE DE CONFIANZA CONSUMIDOR	93,9	97,0	96,9	102,3	97,0	86,0	80,7	73,3	77,4	77,7	87,2	85,7	63,3
ÍNDICE DE SITUACIÓN ACTUAL	85,2	88,5	89,3	96,0	93,2	83,1	76,7	70,0	69,5	70,1	76,6	75,9	57,2
ÍNDICE DE EXPECTATIVAS	102,6	105,5	104,4	108,6	100,9	88,9	84,7	76,6	85,2	85,4	97,7	95,4	69,4



La evolución trimestral, debido a los descensos registrados, tanto en este mes de junio como en los dos meses anteriores, es consecuentemente muy negativa, tanto a corto plazo como en términos anuales. El ICC del segundo trimestre baja un 30,8% respecto al registrado en el trimestre anterior. Este descenso se debe a la valoración de las expectativas que se reduce en un 9,7%, y a la valoración más negativa del Índice de Situación Actual, que desciende 57,1% en tasa trimestral. Con relación al segundo trimestre del pasado año 2019 los datos actuales suponen un descenso mayor. El ICC baja un 44,8% en tasa trimestral interanual, como consecuencia de la caída de 67,1% de la valoración de la situación actual y de otro -25,6% en las expectativas. El índice de valoración de la situación actual alcanza en junio los 30,9 puntos, con una subida de 3,3 puntos en relación al obtenido el pasado mes de mayo. Obviamente, esta evolución positiva se debe a la valoración positiva de sus tres componentes: la valoración de la situación económica actual ofrece un incremento de 1,6 puntos, las valoraciones del mercado de trabajo suben 2,6 puntos y la valoración de los hogares tiene una subida ligeramente superior, 5,8 puntos. Tanto el dato de valoración de la situación económica actual, 11,1 puntos, como la valoración del mercado de trabajo, 15 puntos, son de las peores valoraciones obtenidas hasta este momento.

Los índices de confianza

El funcionamiento del sistema económico de un país se mide teniendo en cuenta diversas variables. Una de las más importantes es la confianza del consumidor, es decir, su grado de optimismo a la hora de decidir consumir. Esta actitud está relacionada con su situación financiera y con cómo ve la economía del país.

¿Para qué sirve el ICC?

A la hora de prestar unos servicios o vender unos productos, no debemos fijarnos solamente en los factores que dependen de nosotros. Más allá del precio, la calidad y el marketing, se presentan toda una serie de factores que influyen en el rendimiento de tu negocio. El índice de confianza de los consumidores nos permite conocer el grado de optimismo que muestran sobre su situación financiera personal y su predisposición al consumo.

Cuando se dispone de capacidad económica y el sistema económico en el que vivimos es activo, tendemos a consumir más. Esto afecta a todos los elementos que intervienen en la economía de un país.

El cálculo de confianza de los consumidores

De esta manera, el índice de confianza del consumidor se expresa en una cifra situada entre el 0 y el 200, cifras que se corresponden respectivamente con el máximo pesimismo y optimismo. De hecho, se considera que una puntuación de 100 sería el punto de equilibrio perfecto de la confianza de un consumidor respecto a su situación económica personal y a la general del país.

A NIVEL LABORAL Y POR CNAES



Los datos estadísticos del sector del calzado y de los componentes para el calzado, según la TSS desde los meses de enero hasta mayo, denotan una clara destrucción del empleo, asumiendo que a partir de marzo en adelante no se va a contratar a más gente. Las empresas asumen que la situación es muy complicada y en consecuencia un alto porcentaje se han visto obligadas a solicitar ERTES y a renegociar los contratos de fijos a fijos discontinuos.

ALTAS Y BAJAS POR CNAE SECTORES PRODUCTIVOS CALZADO Y COMPONENTES ENERO A MAYO DE 2020.

Altas-bajas Régimen General afiliados último día por sectores de actividad a dos dígitos

CNAE-2009 Sectores de Actividad	enero de 2020		febrero de 2020		marzo de 2020		abril de 2020		mayo de 2020	
	Altas	Bajas	Altas	Bajas	Altas	Bajas	Altas	Bajas	Altas	Bajas
13 Industria textil	1.711	1.464	1.307	1.019	1.329	2.983	584	907	1.216	663
15 Industria del cuero y del calzado	5.996	3.327	3.191	3.481	3.054	16.435	5.007	3.860	4.544	2.660
16 Industria de la madera y del corcho, excepto muebles	2.703	2.162	2.220	1.753	2.125	4.397	1.175	1.783	1.583	1.434
18 Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	2.335	2.641	2.124	1.812	2.179	4.333	665	1.322	1.104	984
20 Industria química	3.461	2.971	2.678	1.881	3.330	4.251	1.570	1.858	1.989	1.559
22 Fabricación de productos de caucho y plásticos	3.715	2.646	2.824	1.774	2.518	4.295	1.325	1.997	1.779	1.797
25 Fabricación de productos metálicos, excepto maquina.	12.059	10.032	9.069	7.663	9.265	19.451	4.750	6.621	7.261	5.661
28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	4.350	3.564	2.926	2.407	3.494	5.816	1.416	2.667	1.779	2.270
46 Comercio al por mayor e intermediarios, excepto v. motor	47.530	56.140	37.790	33.233	42.694	70.196	23.406	33.825	28.892	31.673
TOTAL	83.860	84.947	64.129	55.023	69.988	132.157	39.898	54.840	50.147	48.701

(*) Incluye información de los Cuidadores no profesionales, no así de los Sistemas Especiales Agrario y de Empleados de Hogar que están excluido

Unidades: Altas y Bajas por CNAE2009

Según los últimos datos publicados por la seguridad social de Altas y Bajas según CNAES 2009 de empresas que operan en nuestro sector, se han experimentado un incremento continuo de bajas laborales desde el mes de enero hasta el mes de mayo, intensificándose en el mes de marzo y recuperándose progresivamente a partir del mes de mayo. El efecto de la pandemia, la parálisis comercial e industrial debido al confinamiento y la inseguridad futura de la actividad sectorial arrastra una bajada de la productividad del sector entorno al 40% de su actividad habitual en estos meses respecto al 2019.



ENCUESTA

PLAN DE RECONSTRUCCIÓN
JUNIO 2020

BALANCE DE SITUACIÓN

ENCUESTA



ACTUALIDAD

Desde EL OBSERVATORIO INDUSTRIAL DEL SECTOR DE LOS COMPONENTES PARA EL CALZADO, con fecha 05/06/2020 se ha realizado un “estudio-encuesta”, al objeto de recabar de las empresas industriales y comerciales, la mayor información posible del momento actual que estamos viviendo.

La encuesta ha sido enviada a un total de 2.500 contactos, pertenecientes a diferentes empresas del sector, y de las cuales se ha recogido hasta la fecha una muestra representativa de un total de 133 empresas, pertenecientes a los diferentes subsectores de actividad según los siguientes CNAE2009.

CNAE-2009 CODIGO	CNAE-2009 TITULO	mayoritariamente
1520	Fabricación de calzado	CALZADO
1629	Fabricación de otros productos de madera; artículos de corcho, cestería y espartería	CALZADO
2219	Fabricación de otros productos de caucho	CALZADO
2229	Fabricación de otros productos de plástico	CALZADO
1330	Acabado de textiles	TEXTIL
1392	Fabricación de artículos confeccionados con textiles, excepto prendas de vestir	TEXTIL
1394	Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes	TEXTIL
1395	Fabricación de telas no tejidas y artículos confeccionados con ellas, excepto prendas de vestir	TEXTIL
1396	Fabricación de otros productos textiles de uso técnico e industrial	TEXTIL
1399	Fabricación de otros productos textiles n.c.o.p.	TEXTIL
1511	Preparación, curtido y acabado del cuero; preparación y teñido de pieles	CURTIDOS
1512	Fabricación de artículos de marroquinería, viaje y de guarnicionería y talabartería	CURTIDOS
1721	Fabricación de papel y cartón ondulados; fabricación de envases y embalajes de papel y cartón	ENVASES
1729	Fabricación de otros artículos de papel y cartón	ENVASES
2052	Fabricación de colas	QUIMICO
2059	Fabricación de otros productos químicos n.c.o.p.	QUIMICO
2599	Fabricación de otros productos metálicos n.c.o.p.	METAL
2894	Fabricación de maquinaria para las industrias textil, de la confección y del cuero	MAQUINARIA
4616	Intermediarios del comercio de textiles, prendas de vestir, peletería, calzado y artículos de cuero	COMERCIO
4624	Comercio al por mayor de cueros y pieles	COMERCIO
4641	Comercio al por mayor de textiles	COMERCIO



RESULTADOS

ENCUESTA PLAN DE RECONSTRUCCIÓN

OBSERVATORIO INDUSTRIAL DE AEC

UNIVERSO: 2.500 EMPRESAS

MUESTRA: 133 EMPRESAS

Es obvio que el problema que tenemos es GRAVISIMO, pero somos conscientes que no podemos dar marcha atrás teniendo que aprender a convivir con la pandemia. El impacto económico que va a generar en la sociedad, a corto, medio y largo plazo la CRISIS SANITARIA no está cuantificado todavía, ya que sobre este escenario incierto que tenemos no podemos saber si la economía se recuperará en el 2021, por este motivo, la ASOCIACIÓN tiene que actuar de inmediato como palanca del cambio y poner en marcha todas las iniciativas y proyectos que sean necesarios para poder hacer frente a esta crisis cuanto antes y salir en la medida de lo posible refortalecidos.

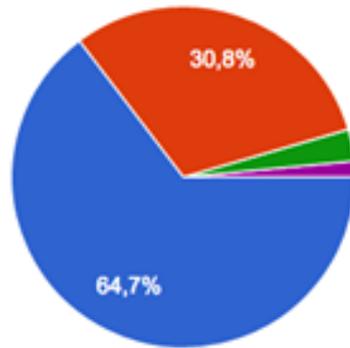
Teniendo en cuenta las consecuencias de la crisis actual que estamos viviendo y que nos afecta a nivel económico, laboral, industrial y comercial, desde el OBSERVATORIO INDUSTRIAL DE AEC queremos recabar la información necesaria para poder definir las líneas estratégicas de actuación para crear una Hoja de Ruta que favorezca la Reconstrucción del sector dando solución a las necesidades actuales de las empresas.

A continuación, se presenta el informe resultante de la ENCUESTA la cual tiene 30 preguntas distribuidas en 5 bloques, con el objeto de determinar las Medidas organizativas, económicas y laborales, comerciales, estratégicas y estructurales que tanto el sector como las empresas deberán adoptar para poder salir refortalecidos de esta crisis.



Actividad Empresarial

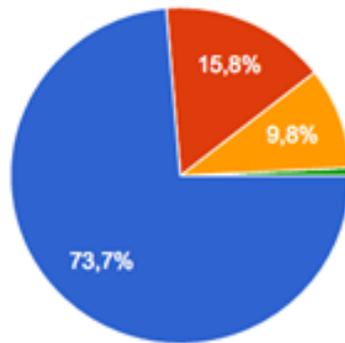
133 respuestas



- Industrial
- Comercial
- Tecnológica
- Diseñador
- Servicios
- Institución

Perfil Laboral

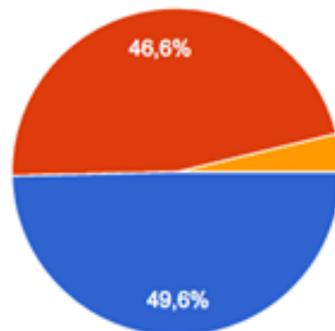
133 respuestas



- Empresario/a
- Directivo/a
- Trabajador/a
- Profesional en prácticas

Tamaño de Empresa

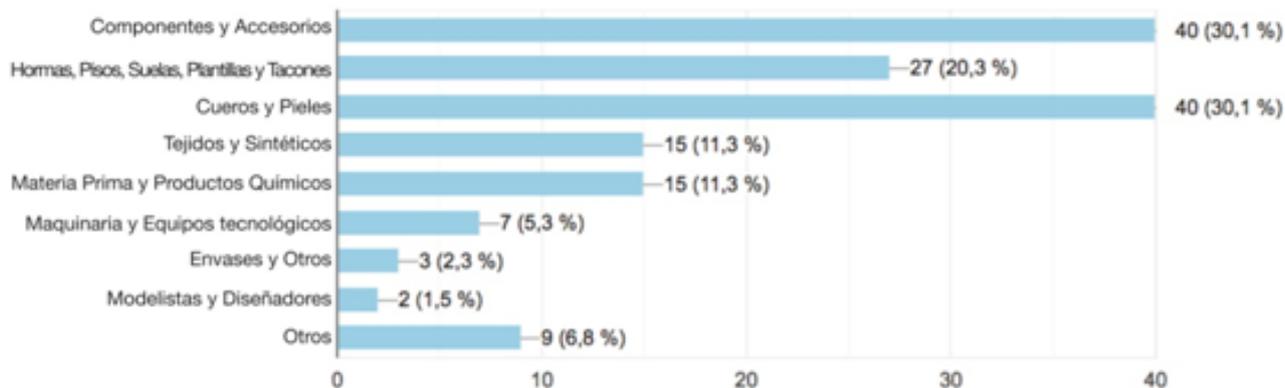
133 respuestas



- Microempresa < 10 trabajadores
- Pequeña < 50 trabajadores
- Mediana < 250 trabajadores
- Gran Empresa

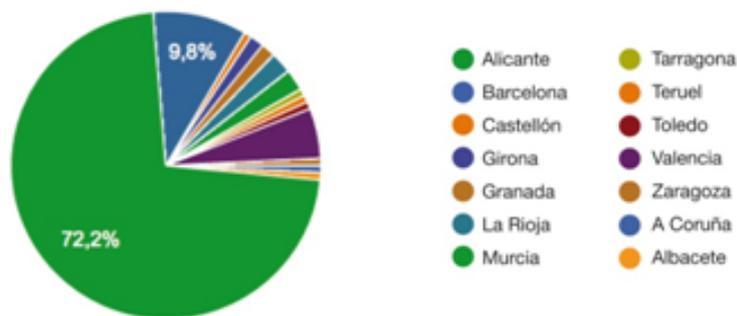
Sector de actividad de su empresa

133 respuestas



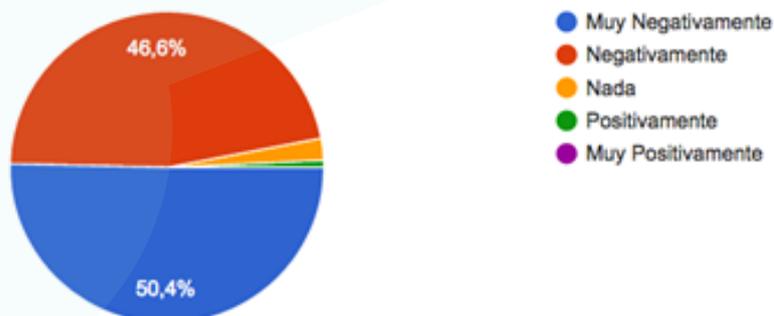
Localización de su empresa (provincia)

133 respuestas



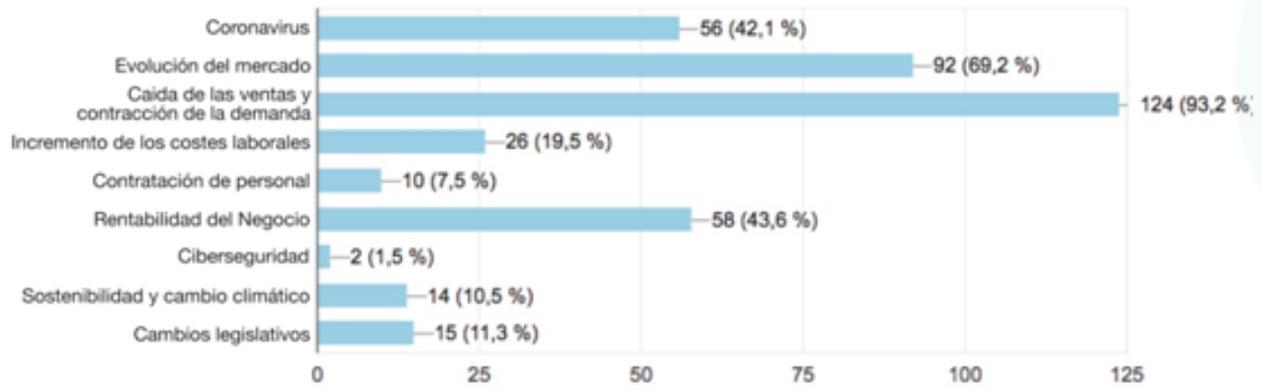
1. ¿Cómo le está afectando a su empresa la crisis actual?

133 respuestas



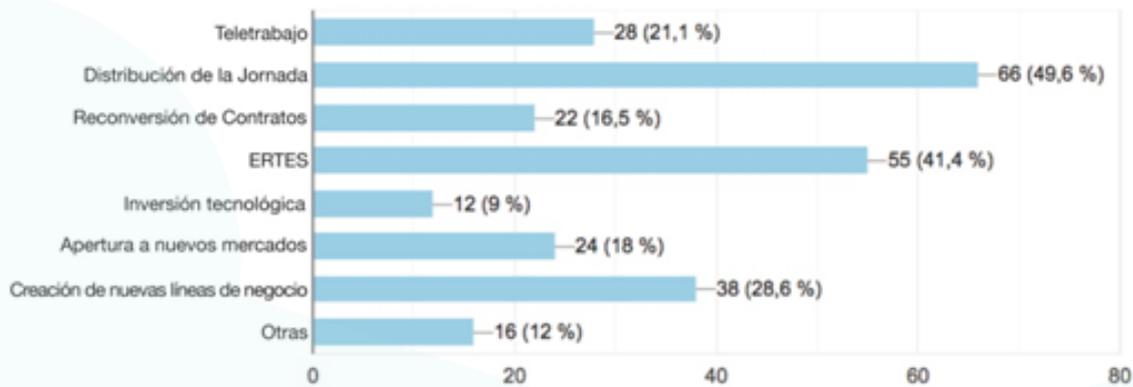
2. ¿Cuales son las principales preocupaciones que tiene en su empresa?

133 respuestas



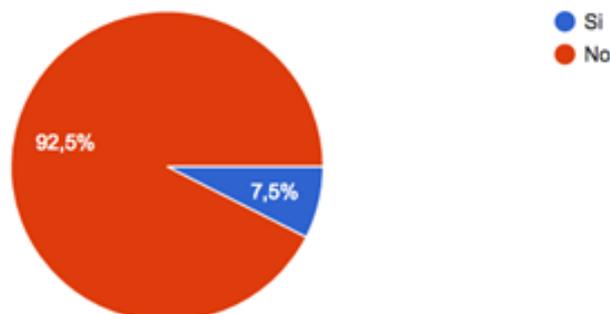
3. ¿Que medidas está llevando a cabo para hacer frente a la crisis actual?

133 respuestas



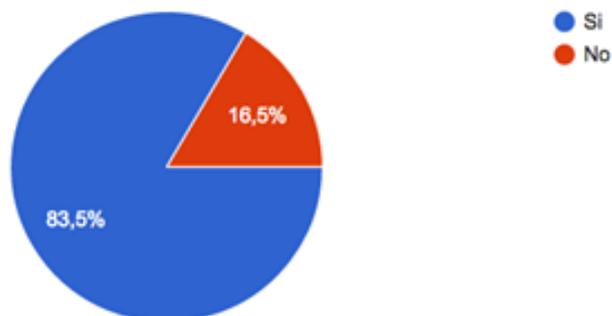
4. ¿Ha realizado test serológicos a sus trabajadores?

133 respuestas



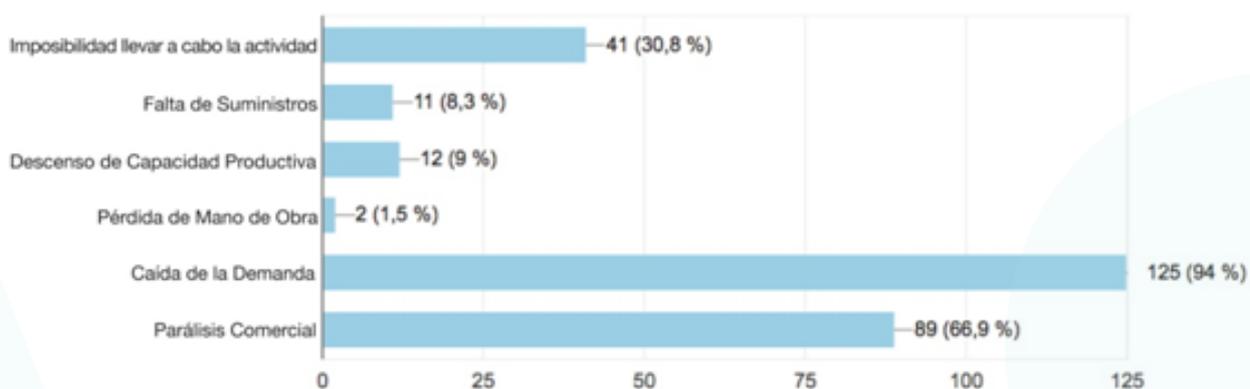
5. ¿Ha Implantado un plan de contingencias frente al COVID en su empresa?

133 respuestas



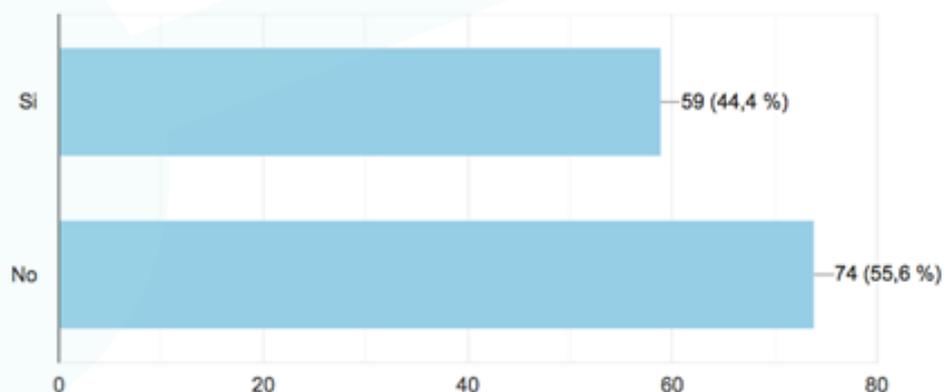
6. Si el volumen de ingresos en su empresa ha descendido, ¿cuáles han sido los motivos?

133 respuestas



7. ¿Ha solicitado financiación ajena a los bancos, al estado, ICO, IVF, SGR, u otros acreedores financieros, ?

133 respuestas



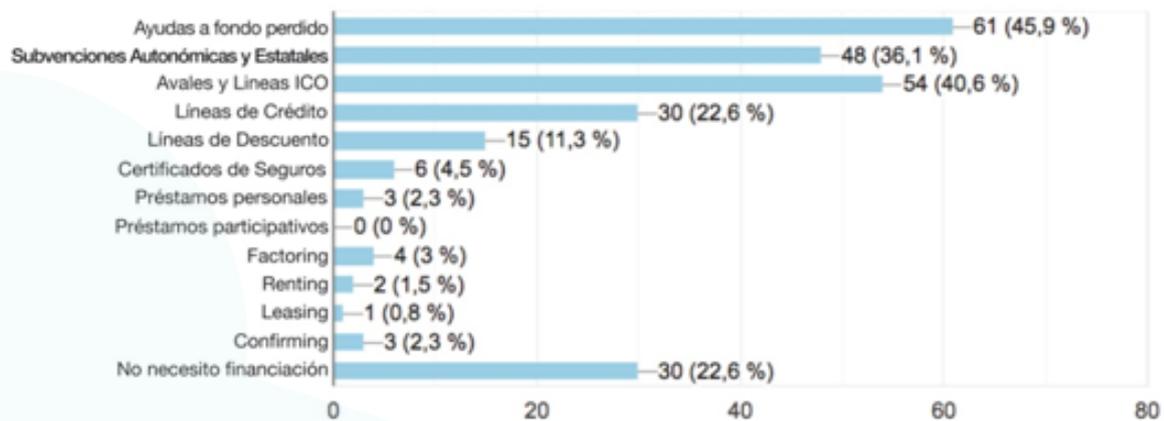
8. ¿Qué nivel de financiación considera que va a necesitar su empresa?

133 respuestas



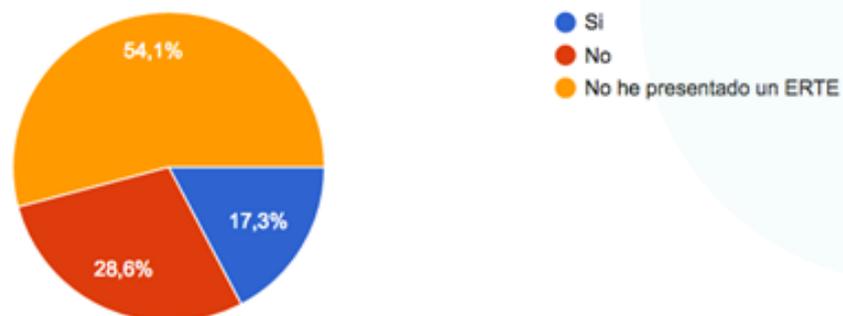
9. Si necesita financiación, ¿qué tipo de financiación necesita?

133 respuestas



10. Si su empresa ha presentado un ERTE, ¿cree que podrá mantener el empleo dentro de 6 meses?

133 respuestas



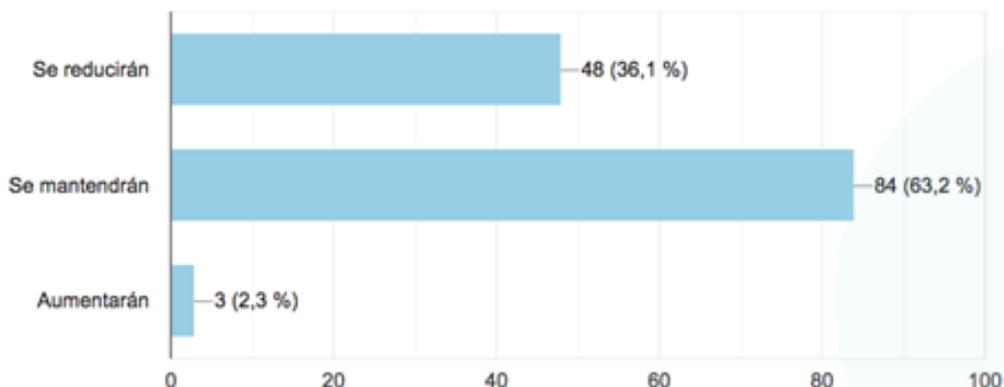
11. Si ha presentado un ERTE, ¿En que estado están sus trabajadores?

133 respuestas



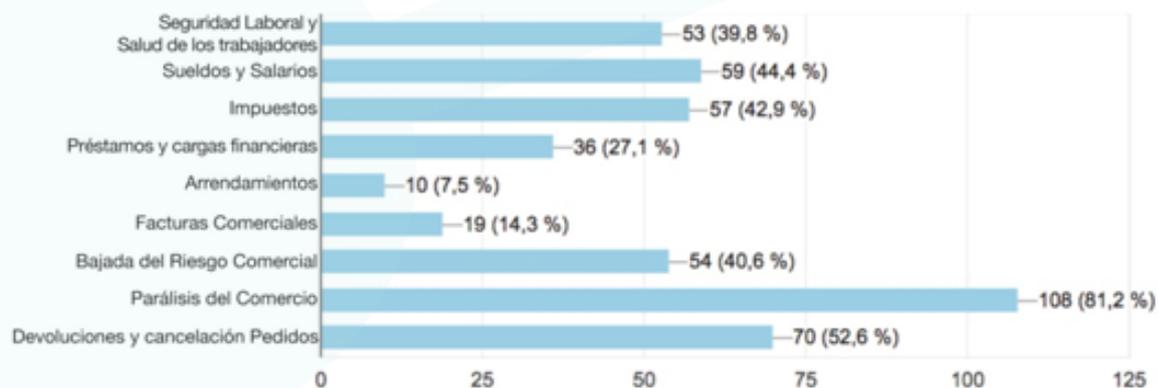
12. ¿Cómo cree que evolucionarán los salarios en su empresa durante los próximos meses?

133 respuestas



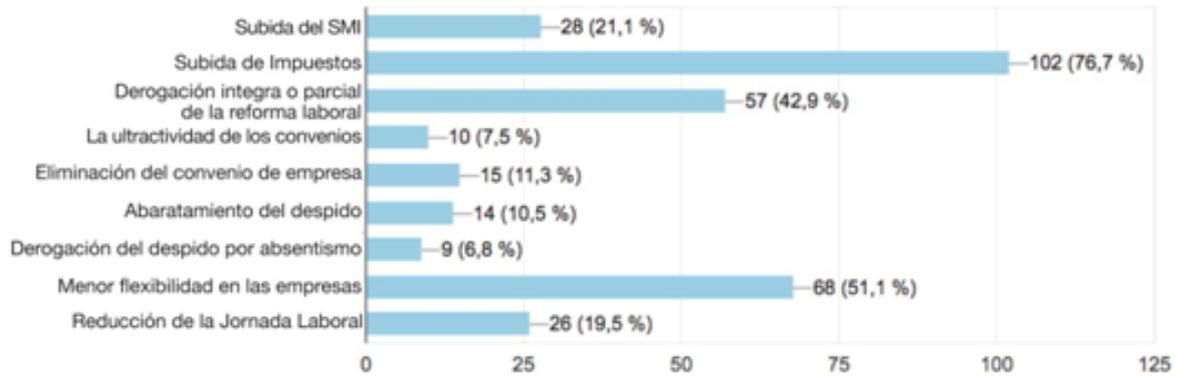
13. ¿Qué problemas le preocupan más?

133 respuestas



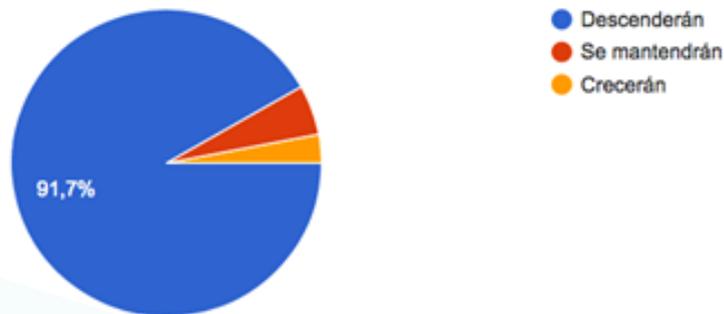
14. Respecto a las medidas que ha tomado el Gobierno en los últimos meses, ¿Cuales son las que van a afectar a su empresa?

133 respuestas



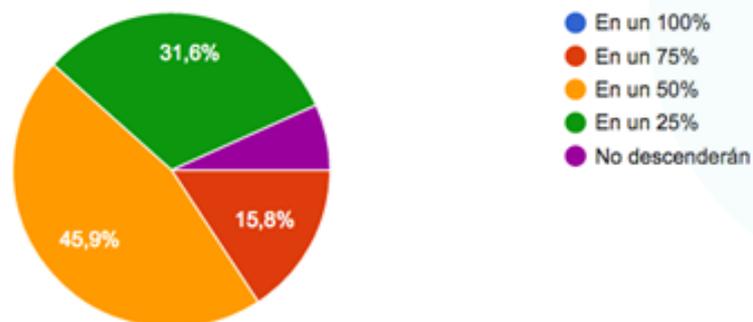
15. ¿Cual es su previsión de ventas en 2020?

133 respuestas



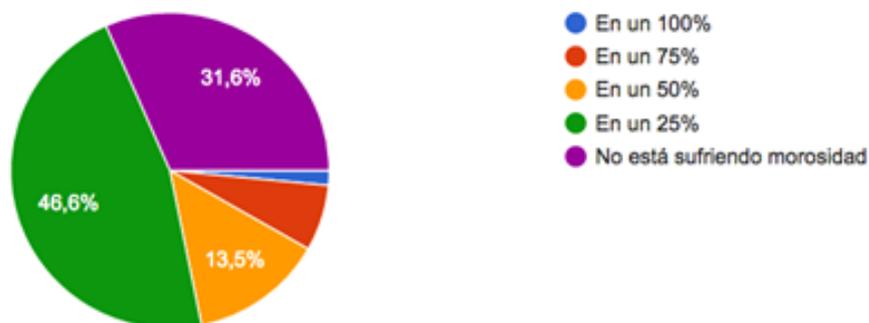
16. Si sus ventas descienden, ¿en qué porcentaje lo harán?.

133 respuestas



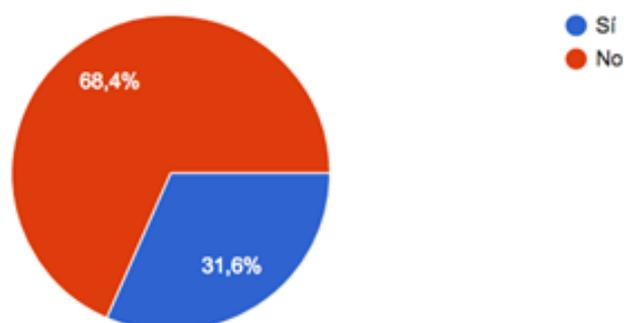
17. ¿En que porcentaje su empresa está sufriendo un incremento de morosidad por parte de sus clientes?

133 respuestas



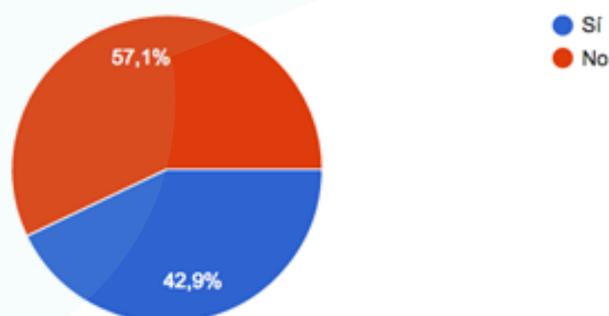
18. ¿Se enfrenta su empresa a una posible pérdida de los clientes por incumplimiento de los contratos?

133 respuestas

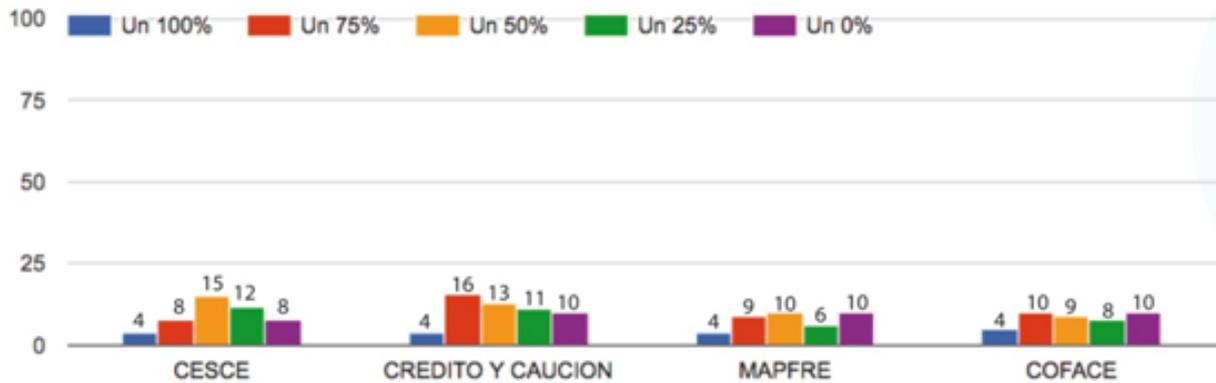


19. ¿Le han bajado las compañías de Seguros de Crédito, la clasificación del Riesgo?

133 respuestas

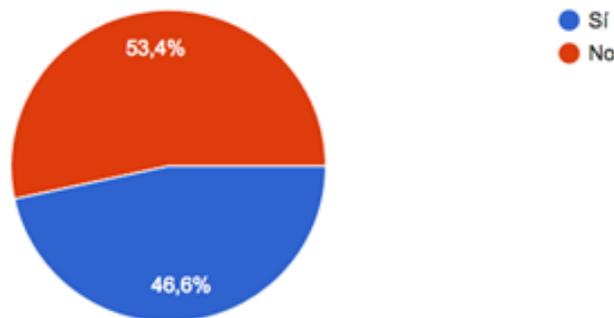


20. Si se lo han bajado, ¿en qué porcentaje lo han hecho?



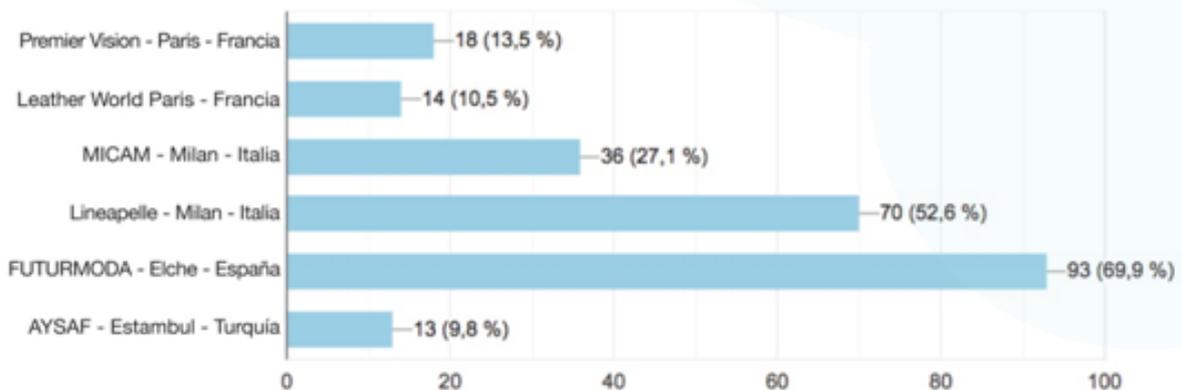
21. ¿Actualmente está en riesgo la supervivencia de su empresa?

133 respuestas



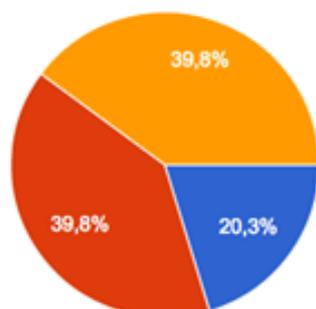
22. Celebración de Ferias Internacionales. ¿cuales de las siguientes ferias quiere que se celebren en octubre?

133 respuestas



23. ¿Si FUTURMODA se celebrase en octubre?

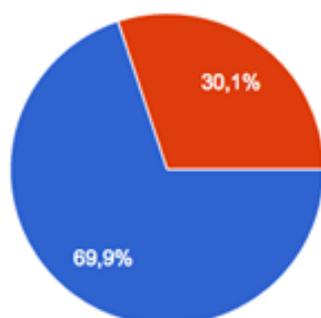
133 respuestas



- Expondría en la feria.
- Visitaría la feria.
- Ninguna de la anteriores.

24. ¿Pasaría la feria de FUTURMODA octubre a marzo por motivos se seguridad sanitaria?

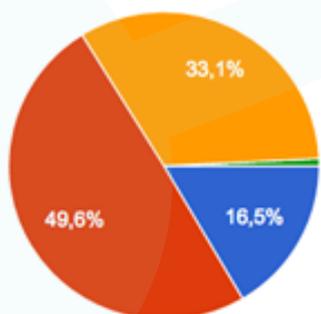
133 respuestas



- SI
- NO

25. ¿Que opinión le merecen las ferias virtuales?

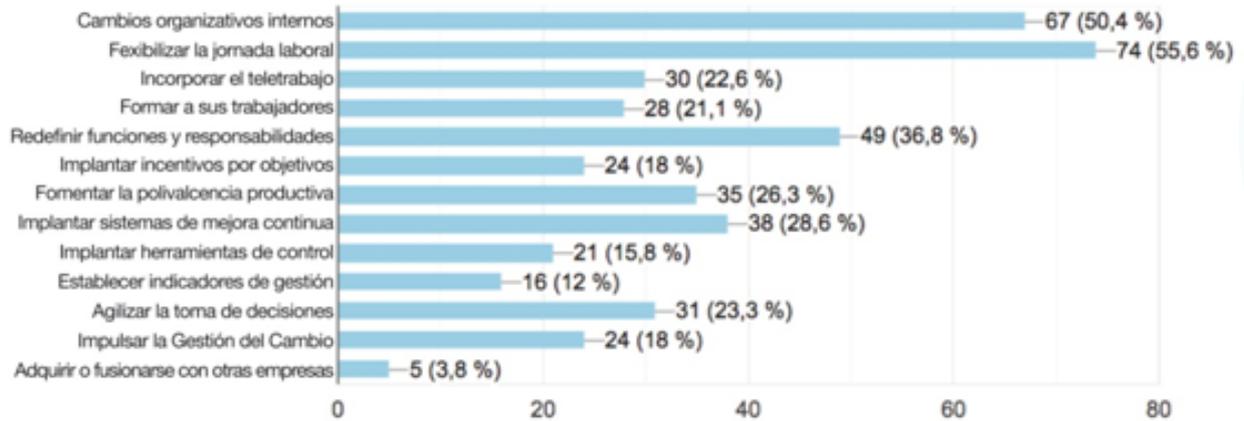
133 respuestas



- Muy Mala
- Mala
- Buena
- Muy Buena

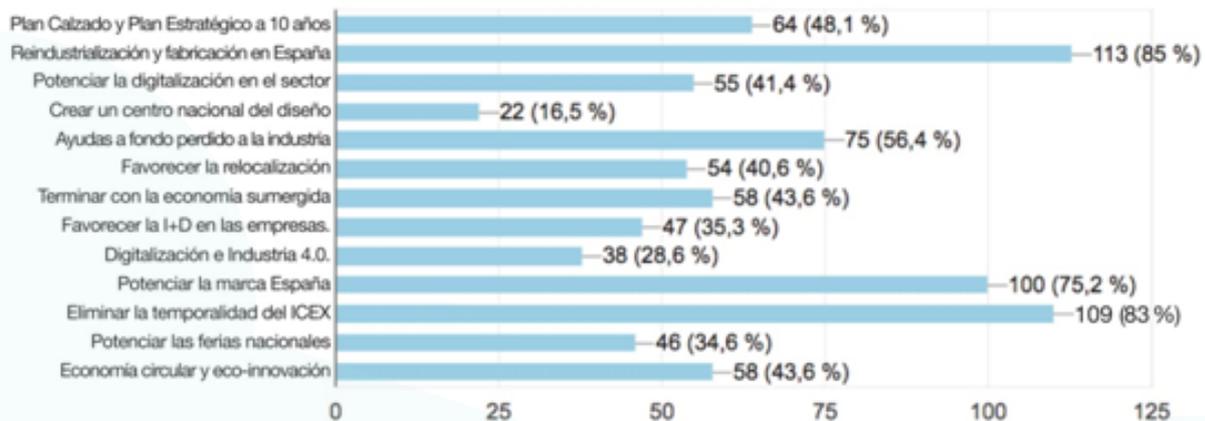
26. ¿Cuales de las siguientes medidas implantará en su empresa?

133 respuestas



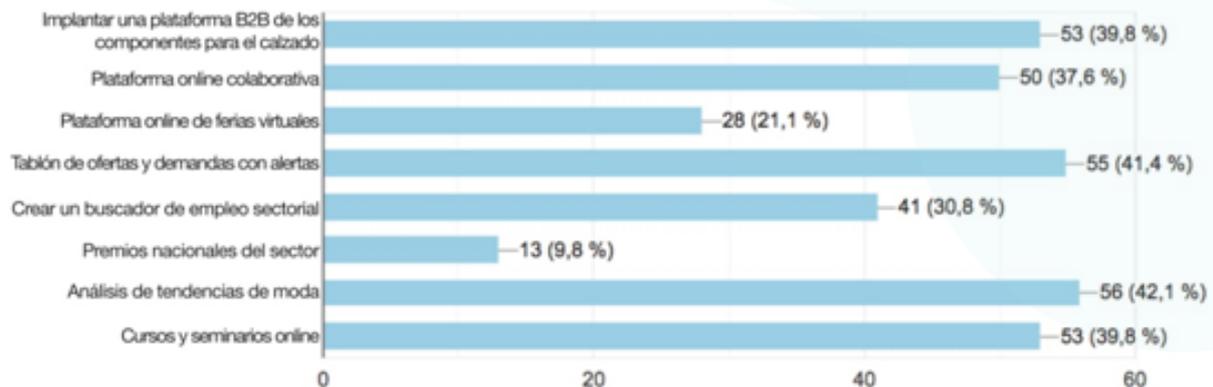
27. ¿Cuales de las siguientes medidas que quiere que se implanten en el sector?

133 respuestas



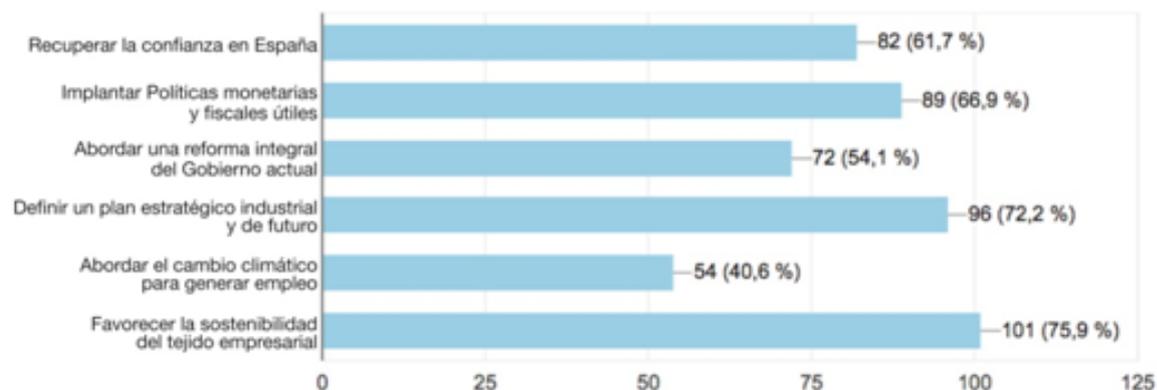
28. ¿Cuales de las siguientes iniciativas quiere que lidere la Asociación?

133 respuestas



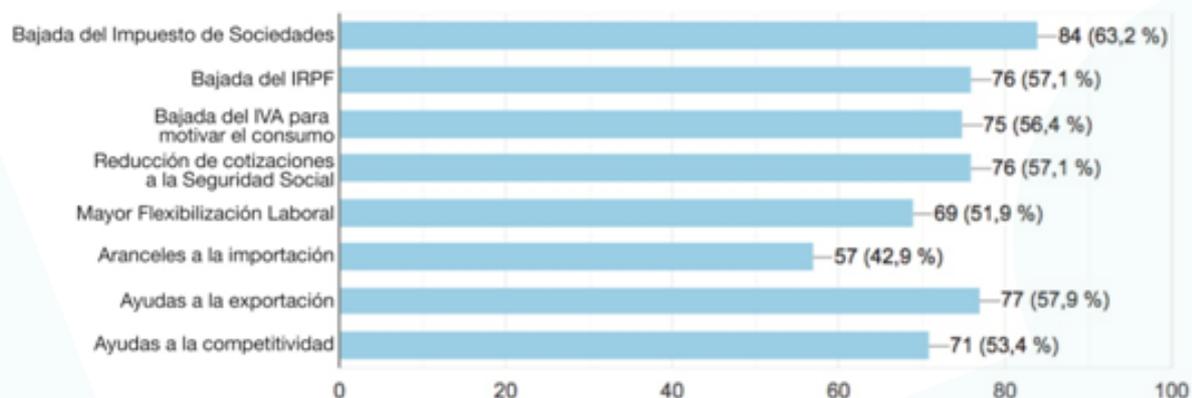
29. ¿Que medidas debería establecer el Gobierno para ayudar a las PYMES?

133 respuestas



30. ¿Cuales serían en su opinión las medidas que el Gobierno debería adoptar para hacer frente a la crisis económica?

133 respuestas





CONCLUSIONES ENCUESTA

**IDENTIFICACIÓN DE
PROBLEMAS**

ACTUALIDAD DEL SECTOR

CONSECUENCIAS

**COMPORTAMIENTO DE LOS
MERCADOS**

REACCIÓN DE LAS MARCAS

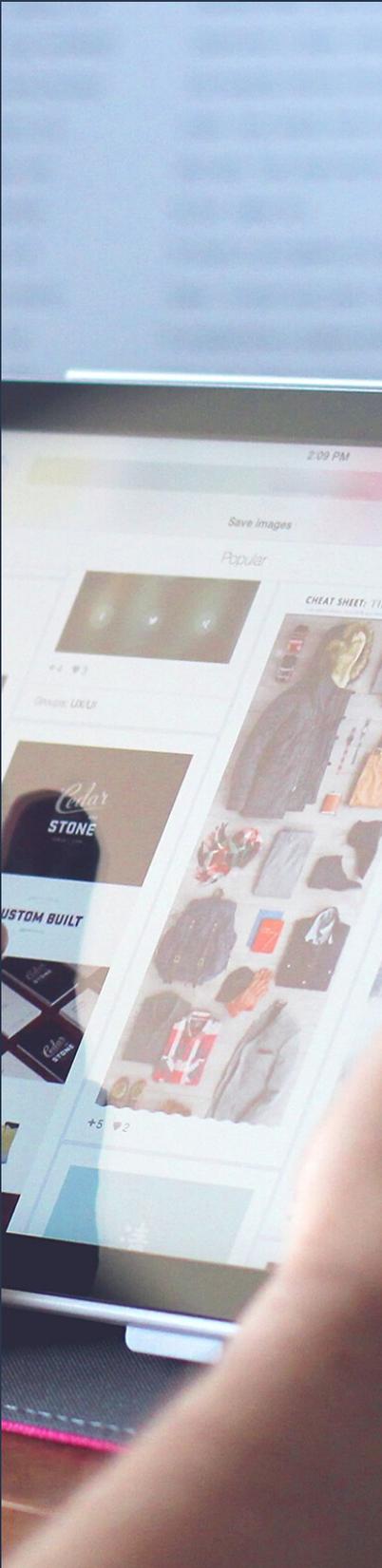
EVOLUCIÓN DEL SECTOR

REFLEXIONES

La moda siempre ha sido reflejo histórico de los cambios sociales, culturales y políticos. Hoy, nos encontramos en un momento de reflexión e introspección que cambiará el mundo para siempre, y la estética será uno de los campos que primero lo reflejarán.

Analizamos, como la Digitalización, el e-commerce, la sostenibilidad, el auge del made in Spain, la personalización, el medio ambiente, la ecoinnovación, la internacionalización, la salud y los nuevos estilos de vida afectaran nuevamente a nuestro sector dependiente de la moda.

Identificación de los problemas



La gran mayoría de nuestras empresas, que son industria Auxiliar, (con una alta carga de mano de obra), y aunque suministran sus productos y servicios a distintos sectores (mayoritariamente al Sector del Calzado), se encuentran en un claro momento de dependencia absoluta de sus clientes. Con esta situación provocada por el COVID-19, las empresas están sufriendo la anulación de pedidos (más del 80% de los que tenían en producción o en previsión de entrada), así como el aplazamiento de los pagos por una buena parte de sus clientes, por lo que han tenido que tomar medidas drásticas para intentar salvaguardar esta situación.

En general las empresas están adaptando su plantilla pasando a los trabajadores de fijos a fijos discontinuos, o bien asumiendo la suspensión temporal de empleo parcial o total a través de los ERTES por causas de fuerza mayor o ETOP, ya que hay empresas que apenas tienen pedidos o bien se mantienen con aquellos que tenían comprometidos hasta la fecha.

Desde el 13 de abril, fecha en la que las empresas del sector volvieron a la actividad después del confinamiento, el sector sigue sin repuntar debido a la caída del consumo y a la difícil situación por la que atraviesan los comercios y las marcas comerciales del calzado.

En la actualidad, el sector del calzado registra una caída de las ventas del 22,7% por la pandemia desde el mes de enero al mes de abril, a fecha de hoy; y en algunos casos las ventas han descendido hasta el 100% a consecuencia de la parálisis comercial del comercio nacional y de la incapacidad para poder efectuar operaciones tanto intracomunitarias, como a nivel internacional, siendo una de las actividades industriales y comerciales más castigadas por la crisis sanitaria. Solo las empresas que operan a través de internet mediante la venta online han visto en menor medida afectada su actividad comercial.

A consecuencia de la parálisis sectorial, el 60,5% de las empresas del sector calzado hicieron recortes en su plantilla laboral en la primera quincena de abril respecto a la primera de marzo, a lo que ahora hay que sumar la detención del consumo y el cierre de tiendas. Con varias temporadas en juego, y la temporada de verano casi perdida, los fabricantes se replantean con poco optimismo, si avanzar en la fabricación de los zapatos para la temporada de invierno cuya duda subyace sobre el bajo potencial de ventas para las próximas temporadas, pues muchos fabricantes dicen, que si no habrá pedidos, qué sentido tiene el ponerse a fabricar más calzado que no se va a vender, cuando además las anteriores temporadas y la actual ya se han perdido y lo único que están recibiendo son devoluciones de mercancías e impagos de pedidos.

A consecuencia de esta parálisis comercial y pérdida de liquidez por parte de las marcas comerciales del calzado, los módulos de producción han visto paralizada su actividad, estrangulando a la industria auxiliar.

A fecha de hoy no vale con ayudas para la refinanciación de circulantes ante los aplazamientos de pagos de mercancías ya entregadas y ayudas para los expedientes de regulación de empleo temporales, sino que el sector necesita ayudas directas para incentivar el consumo y dotar a la industria de acceso a planes de financiación a muy largo plazo con tipos de interés muy bajos cercanos al 0% para poder hacer frente a los compromisos adquiridos. En este contexto las compañías de seguros de crédito no pueden bajar la clasificación de los clientes, tienen la obligación de ayudar y asegurar las operaciones para que fluya el crédito y se puedan hacer frente a los pagos más inmediatos, de lo contrario la industria se parará, viéndose muy afectada económicamente y socialmente.

Adicionalmente la industria necesita un plan de estímulo para invertir en digitalización y en modernización de sus sistemas productivos. Los planes de reindustrialización son más necesarios ahora que nunca y las ayudas deben ir orientadas a hacer rentable y sostenible la industria.

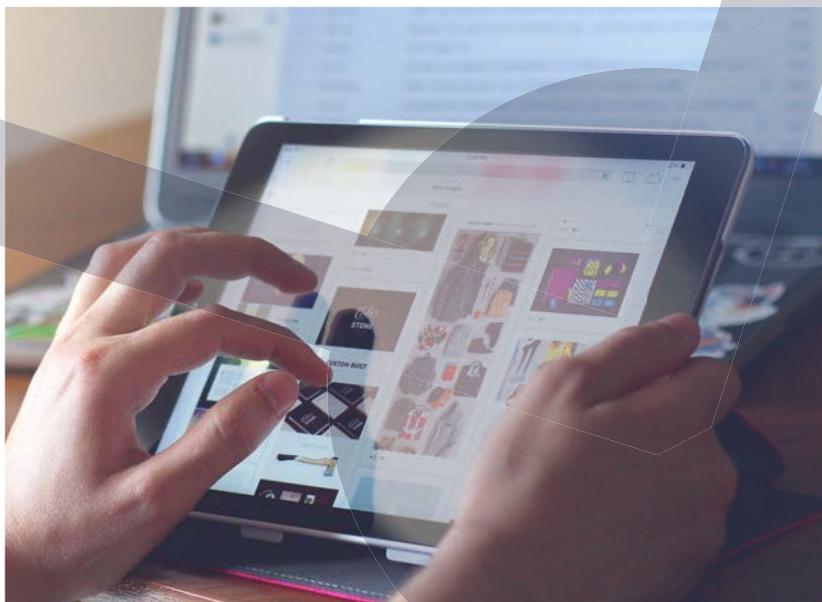
La promoción exterior sectorial es otro de los pilares imprescindibles. El ICEX debe volcarse con el sector del calzado y de los componentes para el calzado. La temporalidad tiene que desaparecer de los planes sectoriales, dando cabida a que todas las empresas puedan optar a subvenciones de promoción exterior y de participación en ferias internacionales.

A nivel comercial se necesita disponer de bases de datos actualizadas con información sobre clientes potenciales con capacidad de compra. Es importante, disponer de acceso a plataformas en tiempo real que nos aporten información de los mercados potenciales.

La gestión de las compras y la reducción de tiempos en el proceso de fabricación son claves.

La eco-innovación ya es uno de los factores claves en la nueva hoja de ruta. Las empresas tienen que fabricar e incorporar productos y procesos nuevos que aporten valor añadido al cliente y a la empresa pero que disminuyan significativamente el impacto medio ambiental.

*"Digitalización,
Promoción exterior,
gestión de compras y
eficiencia productiva,
eco-innovación,
acceso a plataformas,
ferias internacionales."*



Las grandes firmas del mundo de la moda han empezado a apostar desde el año 2018 en invertir en mercados maduros, como EE.UU. Europa o Japón, posicionándose en busca de clientes de alto nivel adquisitivo, mientras que las marcas comerciales, casual y deportivas, apuestan por mercados de consumo masivo como China. Dado que la Globalización no se puede revertir, con el libre comercio a nivel global lo que ocurrirá será que demos paso a la especialización, a la personalización y a la autenticidad del origen de los productos, imperando la fabricación de productos Premium en cuyo caso solo se podrán adquirir en algunos países, como Francia, Italia o tal vez España.



Los países que exporten moda sin valor añadido morirán, por ese motivo España tiene que invertir en recuperar los valores de la marca país, destinando cantidades ingentes de dinero a mejorar el valor de sus productos, su calidad y mejorando considerablemente su diseño; de lo contrario no vamos a poder competir a nivel mundial. En este contexto además, Europa tiene que volver a exigir al mundo entero niveles de calidad muy altos, los estándares de calidad tienen que venir impuestos desde Europa. En cuanto a la fabricación no podemos depender de Asia, especialmente de China, la India ó Vietnam; y en la venta online, no podemos seguir cayendo en la frivolidad de depender de las grandes compañías como Amazon o Alibaba, hay que recuperar el comercio de proximidad y dar valor a la relación personal con el cliente final, lo cual permite recuperar la experiencia de calidad en el servicio y la atención personalizada, sin que ello suponga sacrificar algunos beneficios de comodidad que aporta la venta online.

Es el momento de ayudar a refinanciar la deuda de la industria y apostar por un plan de inversión a largo plazo que sea capaz de generar empleo y riqueza en nuestro país. El dinero tiene que ser destinado para generar beneficios en empresas españolas que se comprometan a crecer y a generar empleo.

En este sentido la posibilidad de que surjan fusiones entre empresas, marcas comerciales, fabricantes de calzado e industrias auxiliares pueden conllevar una ventaja competitiva para poder impulsar proyectos y nuevas líneas de negocio.

El sector del lujo ha sido uno de los protagonistas de estas operaciones, con el objeto de integrar a sus rivales o apuntalar su verticalización con la adquisición de proveedores. Algunas empresas de componentes para el calzado ya están valorando estas alternativas para poder ganar tamaño y capacidad competitiva.

Un dato significativo es que el último ejercicio un 4% de las empresas de lujo del sector de la moda cambió de manos.

En el caso de nuestro sector en el que muchas empresas para poder ser rentables tienen que trabajar para grandes marcas, al tratarse las nuestras, empresas familiares las que trabajan para estas grandes firmas, tanto el riesgo, como el nivel de exigencia son muy altos. En este sentido y teniendo en cuenta la pertenencia de la propiedad de la marca a las familias, es muy difícil la venta o fusión de las mismas con otras de capital extranjero, por eso y debido al ADN de las empresas españolas se prevé que no sean tantas las empresas que se pierdan, pero si no se fusionan con otras más grandes o complementarias, no crecerán.

Nuestras empresas tienen que invertir en diferenciación para poder posicionarse en mercados más competitivos que operan a nivel internacional. Seguramente ya lo estamos viviendo. El número de operadores de media y gran dimensión en el sector está en vías de reducción. No porque haya menos marcas, sino porque las marcas se encuentran en manos de pocos operadores que al fin y al cabo son grupos inversores que están adquiriendo las marcas.





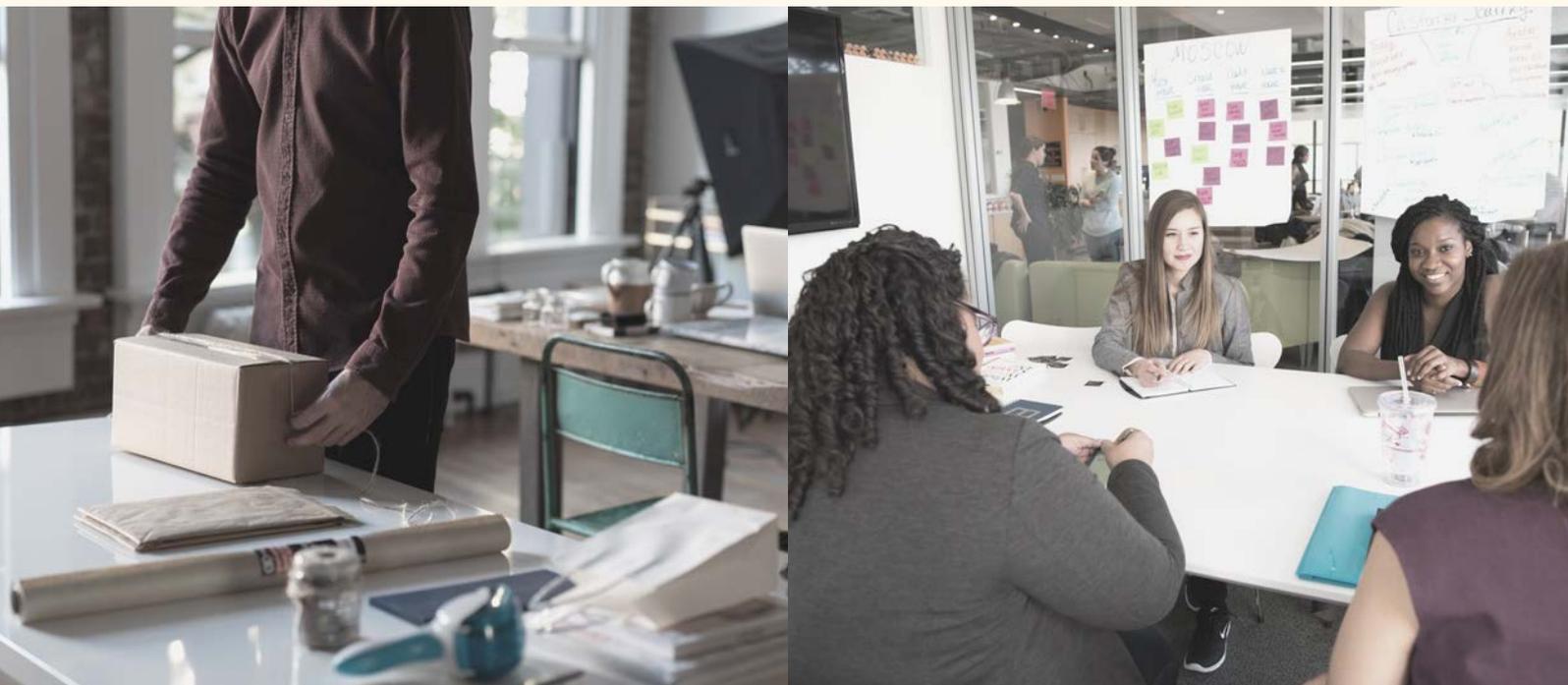
Footwear
Components
From Spain



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

MEDIDAS

ECONÓMICAS Y LABORALES.
COMERCIALES.
ESTRATÉGICAS.
ESTRUCTURALES.



MEDIDAS ECONÓMICAS Y LABORALES.

Según nos indican desde las empresas encuestadas, la crisis les está afectando negativamente y muy negativamente al 97,1% del sector.

Las principales preocupaciones que tienen las empresas son:

1. Para un 93,3% la caída de las ventas y la contracción de la demanda.
2. Para el 69,2% la evolución del mercado.
3. Para el 43,6% la Rentabilidad del Negocio.
4. Para el 42,1% el CORONAVIRUS.

Las medidas que las empresas están llevando a cabo para hacer frente a la crisis son:

1. Distribución de la Jornada.
2. La solicitud de los ERTES.
3. La creación de nuevas líneas de negocio.
4. El Teletrabajo.
5. La apertura de nuevos mercados.
6. La Reversión de contratos.

El 83,5% de las empresas han implantado planes de contingencias frente al CORONAVIRUS y un 7,5% han realizado test serológicos a sus trabajadores.

Los motivos del descenso de los ingresos en el 94% de las empresas, han venido principalmente afectados por la caída de la demanda y en 70% por la parálisis comercial, el 30,8% se ha visto imposibilitado para poder llevar a cabo la actividad.

ANÁLISIS

- El 44,4% de las empresas han solicitado financiación ajena, mayoritariamente Avales del ICO, el 20,3% considera que necesitará financiación por encima del 20% de su facturación, el 31,6% entre el 10 y el 20% de su facturación y 18,8% por debajo del 10% de su facturación para poder hacer frente a la actividad industrial. No obstante el 45,9% de las empresas declaran que necesitarán subvenciones a fondo perdido, un 40,6% líneas de Avales del ICO, un 36,1% otro tipo de ayudas y subvenciones autonómicas y estatales y un 22,6% líneas de descuento.
- De las empresas que han presentado un ERTE el 28,6% declaran que no podrán mantener el empleo dentro de 6 meses, mientras que solo el 17,3% podrán mantenerlo.
- El 18% de los encuestados tienen previsto mantener los ERTES después del 30 de junio, solo el 18% de los trabajadores de las empresas han cobrado el desempleo, el 4,5% de las empresas han levantado el ERTE y el 3% han adelantado alguna paga extraordinaria.
- El 63,2% de las empresas mantendrán los salarios, un 36,1% los reducirán y solo el 2,3% los subirán.
- Las mayores preocupaciones de las empresas en un 81,2% es la parálisis del comercio, el 52,6% las devoluciones y cancelaciones de los pedidos, el 44,4% los salarios, el 42,9% los impuestos, el 40,6% la Bajada del Riesgo Comercial y el 39,8% la Seguridad Laboral y la Salud en el Trabajo.
- Respecto a las medidas que ha adoptado el Gobierno en los últimos meses, al 76,7% de las empresas les preocupa la subida de impuestos, al 51,1% la menor flexibilidad laboral en las empresas, al 42,9% la derogación parcial o total de la reforma laboral, al 21,1% la subida del SMI y al 19,5% la reducción de la jornada laboral.



MEDIDAS COMERCIALES

Según declaraciones de los empresarios, la previsión de ventas descenderá en el 91,7% de las empresas y solo en un 5,3% se mantendrá

- Según el análisis efectuado, las ventas descenderán el 75% en el 15,8% de las empresas, el 50% en el 45,9% de las empresas y un 25% en el 31,6% de las empresas.
- En el 6,8% de las empresas la morosidad ha crecido un 75% en el 13,5% un 50%, en el 46,6% un 25% y solo el 31,6% de las empresas no están sufriendo morosidad.
- El 32% de las empresas se enfrenta a una posible pérdida de los clientes por incumplimiento de los contratos.
- Al 42,9% de las empresas, las compañías de Seguros de Crédito les han bajado la clasificación del Riesgo en un 75% y en 50% mayoritariamente.
- Para el 46,6% de las empresas está en riesgo la supervivencia del negocio.
- Respecto a la celebración de las ferias internacionales, el 70% quieren que FUTURMODA se celebre en Octubre y el 52,6% Lineapelle.
- Respecto a las ferias virtuales, el 33% de los encuestados les parece buena idea y al 66% no les agrada este sistema de venta ya que el sector no está especializado en la venta online.



Si Futurmoda se celebrase en octubre, un 20,3% expondrían en ella y un 39,8% la visitarían, no obstante el 70% declara que por seguridad sanitaria preferirían que la feria de FUTURMODA octubre se pasase a marzo del 2021, en este sentido queda supeditada la celebración de la feria a la evolución de la pandemia, lo cual implicaría la celebración de una feria muy reducida exclusivamente a nivel nacional, contando con un número de expositores y de visitantes nacionales muy limitado. Actualmente, preocupan en gran medida los diversos brotes que están surgiendo a nivel internacional en diversos países, como son: EE.UU., Brasil, Rusia, Reino Unido, India, Italia, Perú y Francia.

MEDIDAS ESTRATÉGICAS

EL 83% DE LAS EMPRESAS SOLICITAN AL ICEX ELIMINAR LA TEMPORALIDAD

1. El 85% de las empresas reclaman planes de reindustrialización y la fabricación en España.
2. El 83% de las empresas encuestadas solicitan eliminar la temporalidad del ICEX.
3. El 75,2% potenciar la marca España.
4. El 56,4% destinar ayudas a fondo perdido a la industria.
5. Un 55,6% de las empresas apuestan por implantar la flexibilidad de la jornada laboral.
6. El 50,4% cambios organizativos internos.
7. El 43,6% terminar con la economía sumergida.
8. El 43,6% fomentar la economía circular y la eco-innovación.
9. El 42,1% de las empresas encuestadas quieren que se potencien las tendencias de moda.
10. El 41,4% la puesta en marcha de un tablón de Ofertas y Demandas comerciales.
11. El 40,6% solicitan favorecer la relocalización de las empresas en nuestro país.
12. El 40,1% poner en marcha un nuevo Plan Calzado y un Plan Estratégico Sectorial.
13. El 39,8% cursos online y una plataforma B2B.
14. El 36,8% redefinir funciones y responsabilidades.
15. Un 28,6% implantar sistemas de mejora continua.
16. Un 26,3% fomentar la polivalencia productiva.
17. Un 23,3% Agilizar la toma de decisiones.
18. Un 22,6% implantar el teletrabajo.
19. Un 21,1% solicitan formar a los trabajadores en nuevas tecnologías y en digitalización.



MEDIDAS ESTRUCTURALES.

El 75,9% quiere que se favorezca la sostenibilidad

El 72% definir un plan estratégico industrial

El 66,9% Implantar políticas monetarias y fiscales útiles.

El 63,2% reclaman la bajada del impuestos.

El 57,9% intensificar las ayudas a la Exportación.

El 61,7% recuperar la confianza en España.

El 53,4% reclaman ayudas a la competitividad empresarial

El 54,1% abordar una reforma integral del Gobierno actual.



OBSERVACIONES DE LOS ENCUESTADOS

Quejas, propuestas, reflexiones y observaciones de mejora para hacer frente a la crisis y reactivar la economía.

Por la información que tenemos necesitaremos al menos 3 años para volver a recuperar la actividad normal y dos años más para poder volver a la senda del crecimiento. En este sentido las empresas, que se mantengan nos solicitan medidas de flexibilidad durante al menos tres años, este tiempo es necesario para poder mantener las plantillas sin tener que realizar despidos, pero sin que eso represente un endeudamiento para las empresas evitando que esta situación pueda llevarlas al cierre. Vivimos una situación muy compleja, que sumada al estado económico y laboral de nuestro sector donde las últimas temporadas han sido complicadas para muchos, se traducirá en una reorganización de los mercados que no se hará 100% efectiva hasta que el Covid-19 haya desaparecido por completo (no solo físicamente cuando se haya encontrado una vacuna, sino psicológicamente cuando la memoria social lo haya olvidado y consecuentemente superado). Muchas empresas van a morir durante los próximos meses, sobre todo aquellas que ya venían tocadas con anterioridad, y el resto se verán obligadas a reorganizarse y adaptarse al nuevo ritmo que marquen sus propios mercados. Una vez hayamos superado toda esta situación, las empresas que sobrevivan gozarán de una mayor facilidad de negocio, ya que el sector habrá sufrido una descompresión, que en cierta medida, era necesaria desde hace ya mucho tiempo.

1. En el sector del calzado necesitamos marcas que fabriquen en España y vendan a nivel mundial.
2. Se debería apostar por el producto nacional, los empresarios consideran que se ganaría más en todos los sentidos, mejor calidad, más trabajo, mejores condiciones etc... se tendría que valorar lo que tenemos, empezando por trabajadores y empresarios.
3. FOMENTAR EL CALZADO MADE IN SPAIN
4. Favorecer la relocalización de empresas fabricantes de nuestro sector.
5. Establecer POLITICAS A LARGO PLAZO y GENERAR SEGURIDAD en las empresas.
6. Dinamizar mercados verticales.
7. FALTA AYUDA A LA EXPORTACIÓN Y PONER BARRERAS A LA IMPORTACIÓN.
8. Es importante incentivar el consumo y tener un contexto que genere confianza para el consumidor y el inversor, tanto en sanidad como en la economía en general.
9. NECESITAMOS CONFIANZA, MENOS TRABAS Y QUE LAS IMPORTACIONES ASIATICAS DEJEN DE ACAPARAR LOS MERCADOS PUESTO QUE ESTAMOS COMPITIENDO CON OTROS SALARIOS Y OTRAS REGLAS MEDIOAMBIENTALES Y LABORALES.
10. NECESITAMOS UN PROGRAMA DE ESTÍMULOS REAL Y EFECTIVO.



aec

Footwear
Components
From Spain

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

www.componentescalzado.com

PLAN DE ACCIÓN

2021



Desarrollado por:
Álvaro Sánchez Concellón
Director General de AEC

REACCIÓN DE LAS EMPRESAS ANTE LA CRISIS



En general las empresas están reduciendo plantilla con fijos discontinuos o ERTES adaptando las plantillas a la limitada producción que tienen, si no se incentiva la producción en España y se incrementan los controles a la importación de productos procedentes mayoritariamente de China e India, nos vamos a ver obligados al cierre de un gran número de empresas de nuestro sector.

"ALGUNOS MECANISMOS QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR ESTÁN ADOPTANDO SON:"

1. Reducción de todo tipo de gastos imprescindibles.
2. Paralización de proyectos e inversiones.
3. Aplazamiento de pagos a algunos de los proveedores de mayor estabilidad económica.
4. Conversión de una buena parte de los contratos fijos de nuestros trabajadores a fijos-discontinuos, o incluso, reducción drástica de la jornada.
5. Pasar al desempleo temporal a más de la mitad de la plantilla.
6. Aplazamiento del pago de impuestos hasta donde se les ha permitido.
7. Hacer uso de pólizas de crédito para poder hacer frente a los pagos imprescindibles.
8. Solicitar Líneas de Avales del ICO.
9. Renegociar la deuda con Bancos pasando de corto a largo plazo.
10. Ajustar el tamaño de la empresa a la situación del momento con: ERTES, como mínimo el cincuenta por ciento de la plantilla y reducción de la jornada para el resto, con la finalidad de poder ofertar un servicio mínimo imprescindible y poder asegurar la continuidad de la empresa para el futuro y en última instancia, despidos.

MEDIDAS ESPECÍFICAS Y DE MEJORA CONTÍNUA

Por la información que tenemos el principal problema va a ser que, aunque se reanude la actividad contaremos al menos durante 1 año con la mitad de volumen de negocio que teníamos por lo que las empresas nos solicitan medidas de flexibilidad durante este tiempo para poder mantener las plantillas sin tener que realizar despidos, pero sin que eso represente un endeudamiento para la empresa que pueda llevarlas al cierre.

En segundo lugar, la industria necesita que se comprometan con ella, tienen que existir mayores ayudas destinadas a las empresas españolas que generan riqueza y mantienen el empleo en nuestro país.

- 1 Hay que controlar más las Importaciones de productos procedentes de Asia.
- 2 Hay que estimular la demanda para poder reactivar la economía.
- 3 Hay que potenciar el made in Spain.
- 4 Hay que abordar la digitalización en el sector de una manera decidida.
- 5 Hay que automatizar los procesos desde el uso del producto con el uso de tecnología 3D para prototipos hasta la introducción de robots para la fabricación de calzado, como algunos componentes.
- 6 La diversificación puede volver a ser una ventaja competitiva, están surgiendo nuevos sectores y nuevas líneas de negocio en las empresas como el sector sanitario de rápida tirada, cuya demanda en el momento actual de la pandemia está generando que algunas empresas se hayan reinventado.
- 7 Hay que favorecer la relocalización de nuestras empresas para que podamos seguir fabricando a los grandes grupos que operan en el pronto moda.
- 8 La omnicanalidad es otro factor importante a afrontar para poder tener mayores oportunidades operativas y comerciales.
- 9 La sostenibilidad ha venido para quedarse y por lo tanto las empresas la tienen que interpretar como una ventaja competitiva. Las empresas tienen que intensificar sus esfuerzos en proyectos de economía circular dentro de la empresa.
- 10 La personalización de los productos se va a imponer, hay que recuperar el contacto con el cliente final y tener mayor cercanía hacia él, con el objeto de poder entender mejor sus necesidades y favorecer la toma de decisiones.

SOLICITUDES A LA ADMINISTRACIÓN

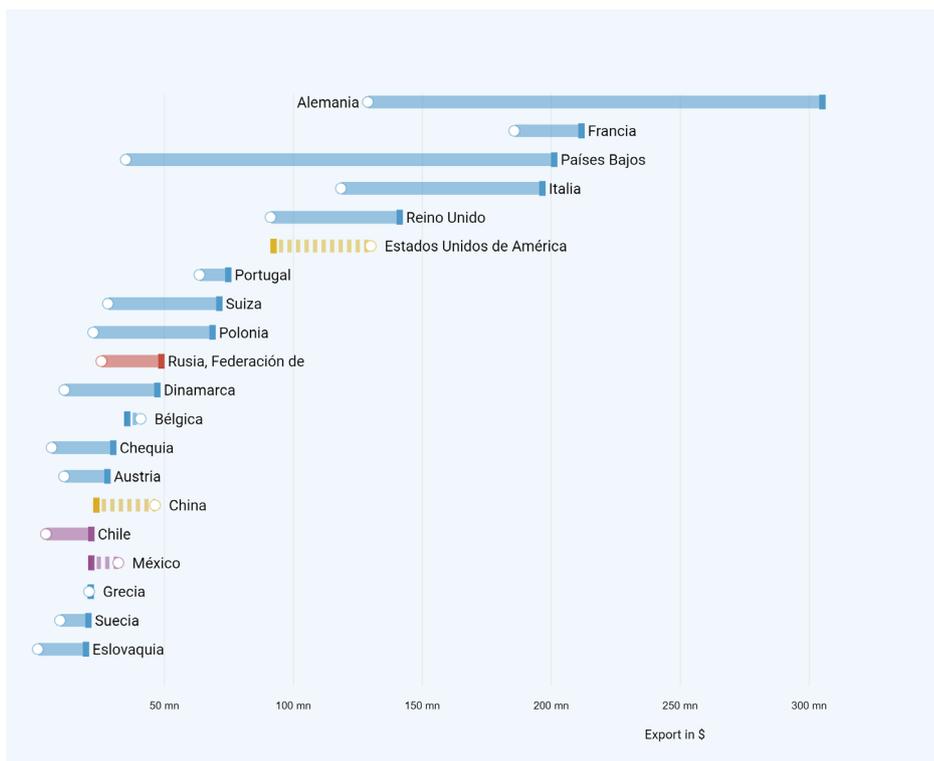
De la administración necesitamos, en primer lugar, más previsión en las medidas, consensuadas con los representantes de las patronales y los sectores productivos industriales para evitar los problemas que nos están generando. Mayor agilidad en la toma de decisiones, sin tanta burocracia, para que los industriales no estemos sometidos a tanta incertidumbre, sin tener claro las medidas a adoptar para el bien de la empresa, que al final es el bien común para que continúe habiendo trabajo y por lo tanto generándose empleo.

- Mejores condiciones en el aplazamiento del pago de las cuotas de la seguridad social y ampliación temporal de los ERTES, hasta el final de año, o bien ampliándolo si cabe y de acuerdo al ritmo de reactivación de cada sector.
- Mayor liquidez y ayudas destinadas a favorecer el crecimiento empresarial de las empresas, su actividad productiva y el consumo.
- En estos momentos hay que abordar una serie de puntos claves que inciden en la preocupación que tenemos todos a fecha de hoy a raíz de las crisis que estamos viviendo y que nos pueden llevar por el lado equivocado adoptando POLÍTICAS PROTECCIONISTAS: GRAVE ERROR cuando España depende en gran medida de la actividad comercial exterior y de la adquisición de productos procedentes de otros países. En este sentido los acuerdos bilaterales que alcance la Unión Europea con terceros países, será una de las claves.
- Tras la pandemia y cuando la situación se normalice, habrá que estar alerta con la evolución de la guerra comercial entre China y EE.UU., la cual no ha quedado clara y plantea nuevos enfrentamientos con la imposición de nuevos aranceles a la exportación. En este sentido EUROPA tiene que ocupar un lugar decisivo para poder avanzar en la negociación de acuerdos bilaterales que nos permitan poder alcanzar en un periodo determinado unas mejores y más sólidas relaciones comerciales a nivel mundial.
- Otro aspecto clave en la evolución futura de la Unión Europea de la que España depende hoy para poder salir reforzada de la crisis, es la situación del BREXIT, de como sea la salida final del Reino Unido y de los acuerdos comerciales que se alcancen, así quedará definida la fragilidad futura de la Unión.
- Otra es aprobar políticas monetarias y fiscales que favorezcan el crecimiento económico.
- Otra es crear un fondo de contingencias para cubrir la pérdida de competitividad empresarial, obteniendo mayor liquidez a través de los fondos que libere la Unión Europea.

POTENCIAL DE COMPRA DE NUESTROS PRODUCTOS



En nuestro sector, concretamente y ahora mismo, los principales países compradores de calzado español son Alemania, Francia, Países Bajos, Italia, Reino Unido, EE.UU. y Portugal y estos concretamente son algunos de los más afectados por el COVID19. En nuestro caso, las ventas de componentes han caído hasta un 70% y ya se habla de dos temporadas completas perdidas. Esto no queda ahí, las ferias del sector se han cancelando y prevemos que tal vez este año no se puedan celebrar. Cuando esto pase, vendrá otro problema más grave que hundirá más las ventas, teniendo en cuenta que el Indicador de Confianza del Consumidor desciende en 24 puntos respecto al mes de marzo hasta alcanzar -33,2 puntos.



Mercados con potencial para las exportaciones de España de Calzado con parte superior de cuero natural, nes

- Leyenda
- Potencial de exportación
 - Exportaciones actuales
 - ◯ Brecha exportaciones potenciales - actuales
 - UE y Europa Occidental
 - Norteamérica
 - Europa del Este y Asia Central
 - América Latina
 - Este de Asia

ITC Export Potential Map
exportpotential.intracen.org

En la actualidad y aunque se haya empezado a reactivar la actividad empresarial, el temor ya está presente, pues tenemos que afrontar las consecuencias, económicas, laborales y por lo tanto sociales que ya han llegado, contrayendo aún más la demanda y en consecuencia conllevando que la recuperación económica sea mucho más lenta. No obstante desde la Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado, estamos definiendo un plan de acción para relanzar el sector a nivel nacional y a nivel internacional, aún con todo eso, dependemos del sector del calzado, el cual para nosotros es vital que se reactive cuanto antes, el cual a su vez depende en su totalidad del consumo



Indudablemente, ya está ocurriendo, la tendencia a la compra online se ha disparado. De hecho, los consumidores nos hemos vuelto más frágiles y por lo tanto más cautos. Según los expertos, las marcas van a invertir más en tecnología lo que además va a bajar sus costes operativos.

Por otro lado, las tiendas físicas que se mantengan, buscarán ser espacios más sanos, por lo tanto, se van a tener que reinventar, y el consumidor solo se va a fiar de unas pocas marcas que vendan un producto bueno a un precio justo.

En conclusión, necesitamos cuanto antes que se reactive la economía a nivel mundial y podamos en la medida de lo posible volver a la normalidad. Para ello, a corto plazo necesitaremos políticas monetarias y fiscales que favorezcan la reactivación de la economía, a medio plazo políticas industriales que nos hagan más autosuficientes y a largo plazo un compromiso internacional de reciprocidad que nos permita a nivel mundial volver a equilibrar las capacidades sociales, políticas y económicas que favorezcan el crecimiento sostenible de todo el planeta.

OPORTUNIDADES COMERCIALES Y CAPACIDAD EXPORTADORA DEL SECTOR.



Productos de España con potencial

- Leyenda
- Potencial de exportación
 - Potencial realizado
 - Pieles, cuero y productos derivados
 - Calzado
 - Productos textiles n.c.o.p.
 - Telas sintéticas
 - Textiles n.c.o.p.
 - Maquinaria
 - Latex natural y caucho

ITC Export Potential Map
exportpotential.intracen.org

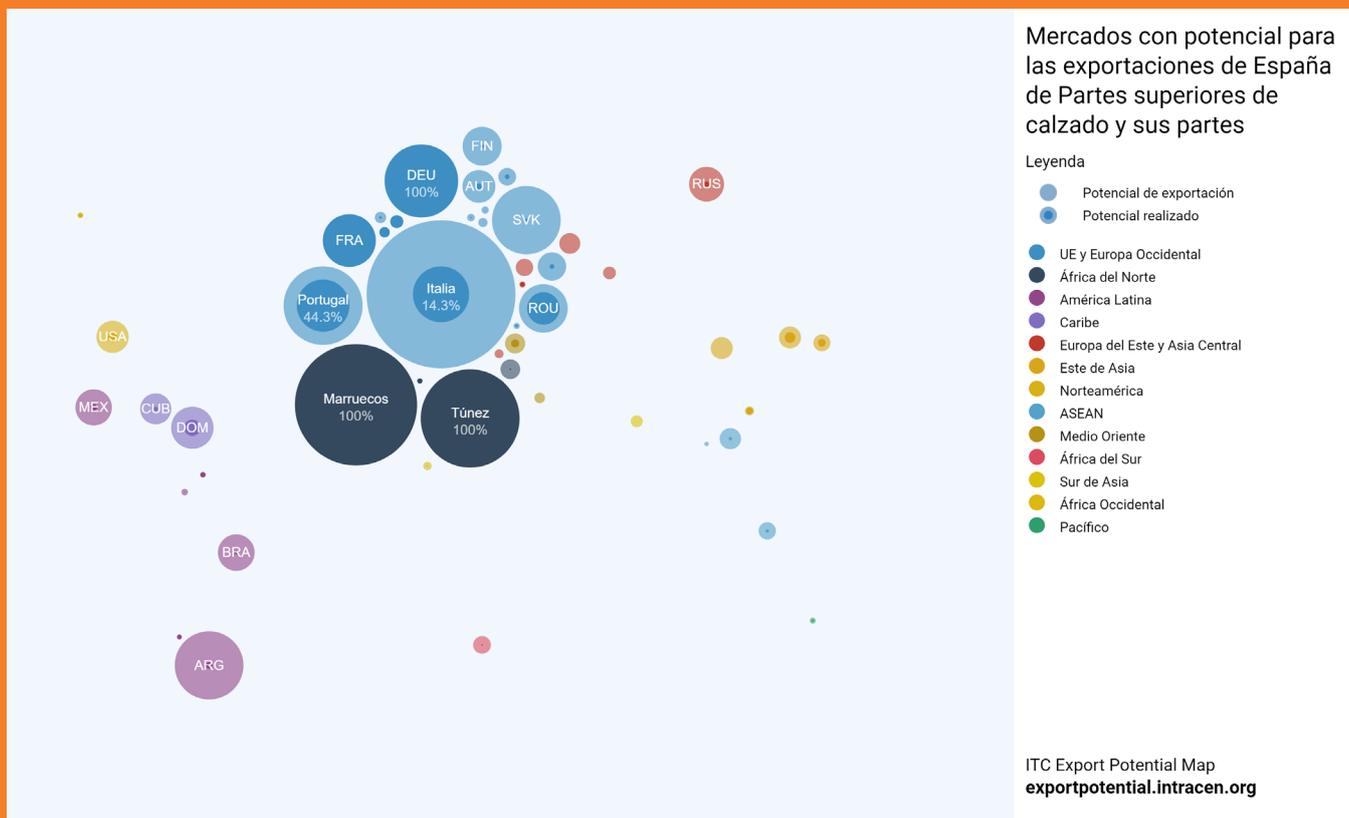
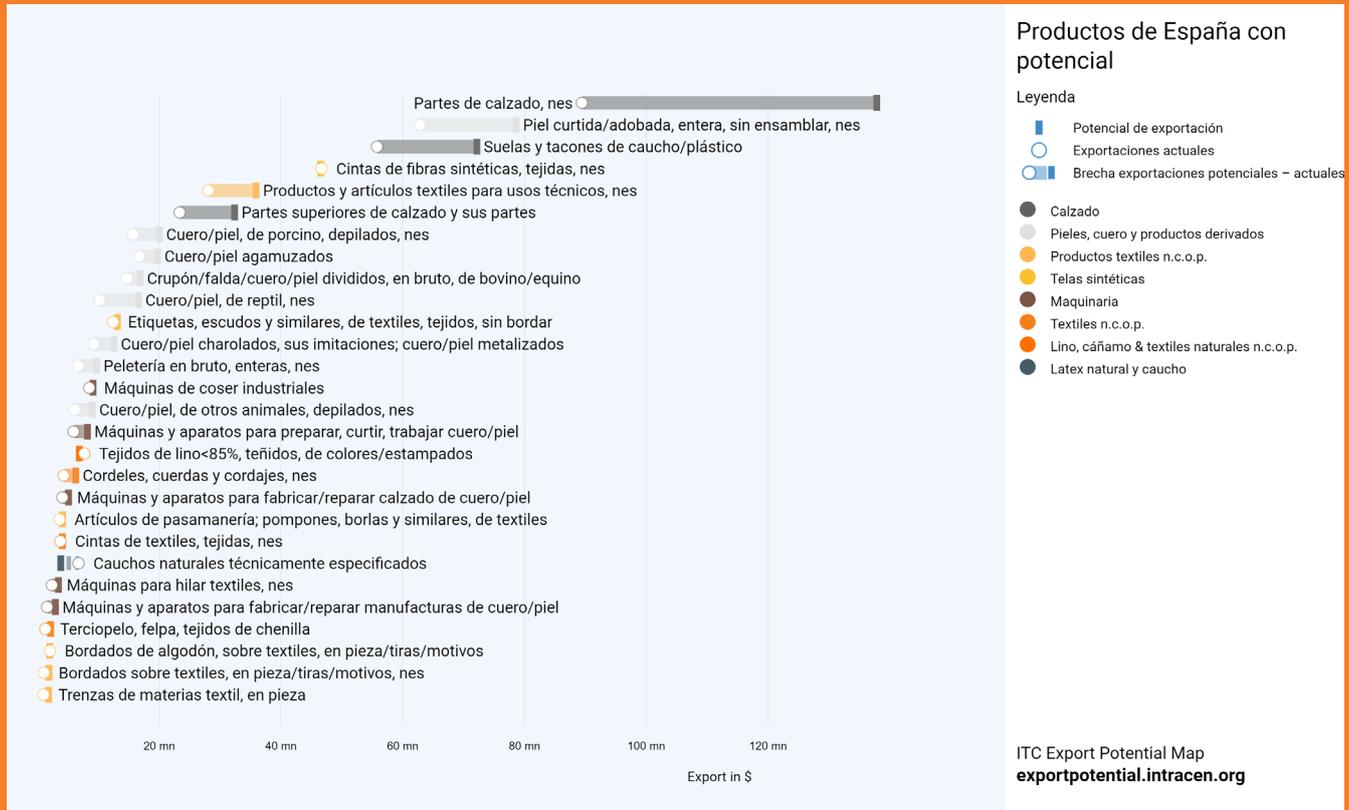
MERCADOS POTENCIALES

Los mercados con mayor potencial para las exportaciones 6403 Calzado con parte superior de cuero natural, provenientes de España son Alemania, Francia y Países Bajos. Alemania presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$173.4 m.

Los mercados con mayor potencial para las exportaciones de 640610 Partes superiores de calzado y sus partes provenientes de España son UE y Europa Occidental, África del Norte y América Latina. UE y Europa Occidental presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$10.8 m.

Los mercados con mayor potencial para las exportaciones de 640610 Partes superiores de calzado y sus partes provenientes de son Italia, Marruecos y Túnez. Italia presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$5.9 m.

POTENCIAL DE EXPORTACIÓN



Los mercados con mayor potencial de exportación de 640610 Partes superiores de calzado y sus partes provenientes de España son Italia, Marruecos, Túnez y Portugal.

España tiene lazos comerciales más fuertes con Marruecos.

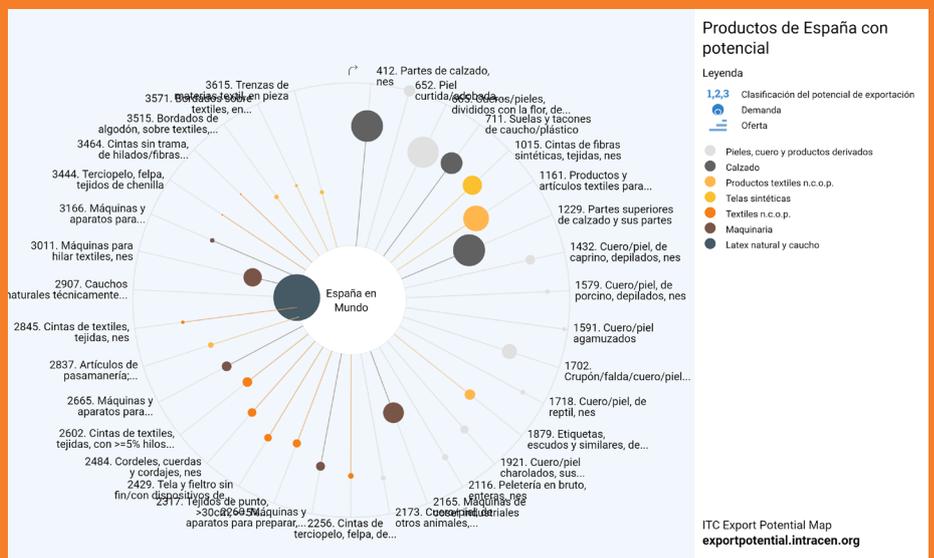
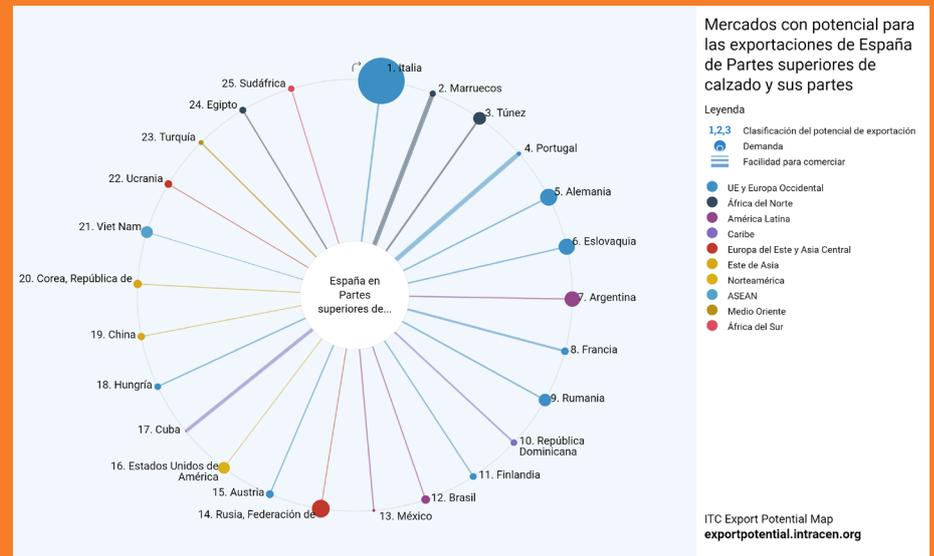
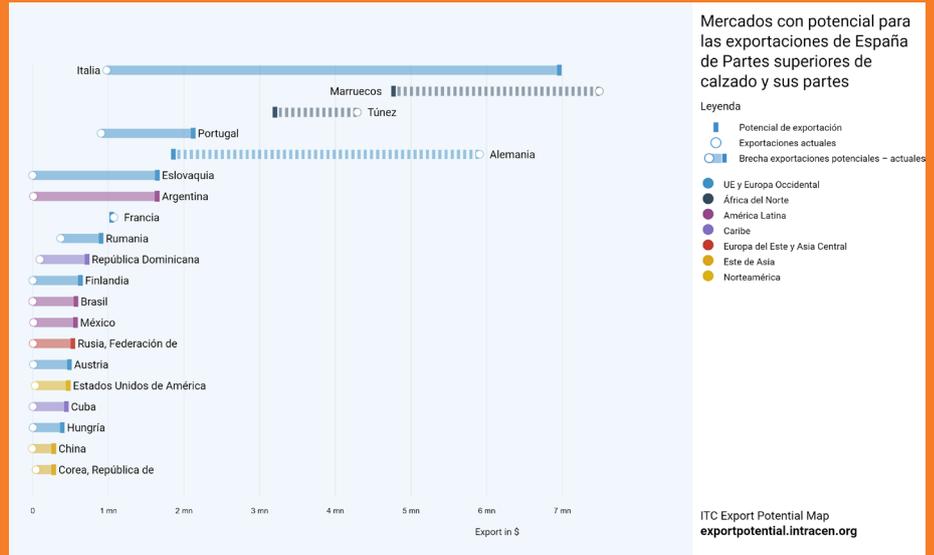
Italia es el mercado con el mayor potencial de demanda de 640610 Partes superiores de calzado y sus partes.

Otros productos con potencial a nivel internacional de nuestro sector son:

Las Partes superiores del calzado, la Piel curtida, las suelas y tacones de caucho y plástico y los tejidos técnicos.

Los productos de nuestro sector con mayor potencial de exportación son:

1. Partes del Calzado.
2. Piel Curtida.
3. Suelas y tacones de caucho y plástico.
4. Cintas de fibras sintéticas y tejidos reciclados.
5. Productos textiles para el calzado.
6. Cauchos naturales.
7. Maquinaria para hilar textiles.



PROPUESTAS DE MEJORA

Principales drivers del cambio



Los principales retos post COVID requieren de la definición de una estrategia que aborde diferentes escenarios en un momento en el que la Guerra Comercial será cada vez más intensa y rígida para poder reconquistar la Cuota de Mercado. Estamos en un momento de cambios en los paradigmas del comportamiento comercial y en un desarrollo de las Organizaciones Resilientes que serán las que liderarán los cambios.

Según everis, los equipos directivos deben mirar al horizonte con un enfoque renovado, abiertos a los cambios y a las nuevas oportunidades.

1. Los directivos deberán liderar las compañías en un contexto de múltiples escenarios. Es demasiado pronto para una gestión basada en la certidumbre.
2. Flexibilidad para adaptarse a la incertidumbre, en tiempo y costes, implementando estrategias alternativas para asegurar entregas (materias primas, cadenas de suministros...)
3. Es el momento de innovar: desarrollar nuevos modelos de negocio, sectores, canales, segmentos de clientes, categorías...
4. Es necesario prepararse para competir en una Economía en Rebajas continuas.
5. Replantearse el Re-arranque para reconquistar la cuota de mercado y a los clientes, revisando el propósito de la compañía.
6. El speed to market es clave.
7. El teletrabajo demuestra que el talento es accesible a nivel global.
8. Habrá que preguntarse cuán abierta es nuestra organización.
9. Hay que fomentar las compañías híbridas.
10. La realidad digital ha llegado para quedarse.

REARRANQUE EXITOSO

VENTAS Y MARKETING

- Se prevé que los escenarios post-COVID sean más o menos largos poniendo en riesgo estrategias lineales.
- Los patrones de consumo serán inestables y requerirán propuestas de valor.
- El Speed to market cambiará la mentalidad de los equipos.
- Las nuevas propuestas deberán ir vinculadas a establecer relaciones con otras partes.

RR.HH.

- Se necesita vincular a los empleados y atraer talento en escenarios inciertos.
- Se debe promover una compañía dispuesta hacer frente al reto conjunto y potenciar la vinculación de los empleados.
- Habilitar nuevas capacidades y soft skills para las nuevas formas de trabajar.
- Transmitir seguridad en el puesto de trabajo y asegurar los cambios de dimensionamiento diseñando nuevas estrategias de contratación.

OPERACIONES.

- Se propone establecer cadenas de suministro alternativas y revisar los procesos de planificación de la demanda.
- Orientar la compañía hacia la calidad en el servicio y la rapidez para dar respuesta a las necesidades cambiantes del mercado.
- Implementar la coordinación a lo largo de la cadena de suministro.
- El modelo de suministro tiene que ser flexible y disponer de capacidad para adaptarse a los cambios drásticos de la demanda.

TECNOLOGIA.

- Desarrollar el Data Intelligence para aportar información a la compañía.
- Reforzar la flexibilidad de la tecnología para asegurar distintos escenarios.
- Asegurar la escalabilidad y la velocidad en los nuevos modelos de negocio.

FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN.

- Controlar los flujos de caja para asegurar liquidez a la compañía.
- Diseñar presupuestos para entornos ágiles y no predeterminados.
- Reducción de Gastos.

REPENSANDO REDISEÑANDO REDIMENSIONANDO

REPENSANDO EL MODELO DE NEGOCIO

Este es un escenario en el que se reinventa el nuevo modelo de negocio, su propuesta de valor en la "Nueva Normalidad" donde clientes y mercados se comportan y actúan diferente, exige:

1. Nuevos Productos.
2. Nuevos canales de comercialización.
3. Nuevas socios y alianzas.

REDISEÑANDO LA ORGANIZACIÓN

Es necesario que la organización sea más flexible, eficiente, ágil y abierta a los cambios.

1. Se deben implantar estrategias de abastecimiento para modelos organizativos modulares y ligeros.
2. Revisar los programas de Gestión del riesgo y continuidad del negocio.

REDIMENSIONANDO LA COMPAÑIA.

1. Incorporar tecnología renovada que fomente la Inteligencia Artificial facilitando en tiempo real la interacción humana.



PROPUESTAS DE MEJORA

Se requiere de un pacto que nos permita avanzar en una misma dirección trabajando por y para los intereses de todos los valencianos y de todos españoles, siendo estos compartidos aprovechando todas las fortalezas que tenemos en nuestro territorio y en nuestro país. Aunque ahora estamos en un estado de parálisis, tenemos que pasar a la acción desde un nuevo ángulo de OPORTUNIDADES.

Atendiendo a esta situación, parece que los errores se acumulan, los éxitos se desvanecen y el horizonte se nos nubla.

TENEMOS QUE SALIR DE ESTADO DE INANICION Y DE BLOQUEO y PASAR A UN ESTADO NUEVO DE INVERSIÓN, COLABORACIÓN E INNOVACIÓN.

1. Hay que poner en valor nuevamente todo el tejido empresarial y comercial y recuperar la actividad cuanto antes, para poder garantizar el estado del bienestar.
2. - Hay que flexibilizar el mercado laboral.
3. - Hay que potenciar las relaciones comerciales.
4. - Hay que inyectar liquidez a la economía.
5. - Hay que favorecer el consumo.
6. - Hay que plantear otras alternativas a la economía actual, diversificar e innovar.
7. - No podemos ser dependientes, ni supervivientes.
8. - Tenemos que acelerar la capacidad de ejecución de iniciativas nuevas detectando oportunidades internas y externas.
9. - Tienen que potenciarse las relaciones universidad empresa.
10. - Hay que potenciar y resolver los problemas educativos y culturales.
11. - Hay que equilibrar el problema económico de reparto de la riqueza por CCAA.
12. - Necesitamos poner en marcha cambios importantes.
13. - Hay que unir a la Sociedad Civil.
14. - Se necesita un liderazgo integrador.
15. - Se requiere recuperar el DIALOGO SOCIAL.
16. - Se necesita un Pacto a nivel nacional y europeo que perdure en el tiempo.
17. - A nivel europeo, necesitamos un compromiso para proteger nuestro legado y sobre todo dar sentido a la identidad de nuestro continente, COLABORANDO ACTIVAMENTE ENTRE PAISES PARA GARANTIZAR UNA UNIÓN EUROPEA FUERTE.
18. - Tenemos que recuperar la confianza.
19. - Tenemos que definir soluciones comunes que garanticen la revitalización económica cuanto antes.
20. - Transmitir SEGURIDAD Y CONFIANZA.



Footwear
Components
From Spain

aec

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

QUERER ES PODER



JUNTOS VAMOS A POR TODAS.

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO.**



3RS



#ESTEVIRUS
LO PARAMOS
UNIDOS

aec

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO
ELCHE PARQUE EMPRESARIAL, SEVERO OCHOA 42, 1ª PLANTA, 03203, ELCHE (ALICANTE) SPAIN
T. +34.965.460.158 F. +34.966.673.712 Email info@aecc.com www.componentescalzado.com

