

# Uso de Internet y Situación del Comercio Electrónico en el sector del Calzado de la Región de Murcia

noviembre de 2006



**Región de Murcia**  
Consejería de Industria y  
Medio Ambiente  
Dirección General de Innovación  
Tecnológica y Sociedad de la Información



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional



fundación  
**integra**  
integración de recursos y nuevas tecnologías  
para la modernización de la Región de Murcia



## Índice de contenidos

1.	Objetivos y alcance .....	3
2.	Metodología.....	3
3.	Situación actual del sector .....	3
4.	Estudio de la penetración de las TIC en el sector del Calzado en la Región de Murcia.....	5
	a. Acceso y presencia en Internet	5
	b. Posicionamiento en Internet	10
	c. Comercio Electrónico	11
5.	Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector .....	13
6.	Conclusiones.....	13
7.	Anexo.....	14
8.	Fuentes .....	19

## 1. Objetivos y alcance

El presente estudio refleja el estado actual del Comercio Electrónico y el nivel de uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las empresas del Calzado de la Región de Murcia.

En la actualidad, un uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y del Comercio Electrónico puede aportar grandes ventajas a las empresas y aumentar su competitividad frente a la competencia. Este informe analiza algunos de los parámetros que miden el grado de desarrollo de estas tecnologías en el sector, como penetración de las TIC, presencia web o apuesta por la utilización de aplicaciones de compraventa.

Las conclusiones del informe proporcionan una radiografía sectorial del uso que las empresas objeto de estudio realizan de las TIC y del Comercio Electrónico.

## 2. Metodología

Los resultados de este estudio proceden de una muestra de **120 empresas del sector del Calzado de la Región de Murcia**, recogidas de diversas fuentes oficiales, tanto a nivel sectorial como a nivel regional: el Panel Empresarial del Instituto de Fomento de la Región de Murcia, el Centro Tecnológico del Calzado y del Plástico (CETEC) y la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE).

Se ha analizado la presencia en Internet y el uso que se hace del Comercio Electrónico entre aquellas empresas que disponen de página web, valorando sus objetivos, su orientación, las facilidades para el cierre de transacciones a través de la misma y otros parámetros que permitan establecer el grado de penetración del Comercio Electrónico y su fase de desarrollo.

Por último, se muestran una serie de conclusiones en torno a la situación actual del uso de las TIC, la presencia web y el Comercio Electrónico en las empresas del Calzado de la Región de Murcia.

## 3. Situación actual del sector

La industria del Calzado en la Región de Murcia responde, principalmente, a dos orígenes diferenciados: por una parte, los **artesanos zapateros** tradicionales que fueron adaptando su oficio, sus talleres y su producción a escala industrial; por otra, las que nacen por la influencia que ejercen **empresas líderes** situadas en otras provincias limítrofes, principalmente la Comunidad Valenciana, que concentra el 63,4%<sup>1</sup> de la producción total en España.

La **industria murciana del Calzado**, por su parte, **produce el 4,1%**, lo que suponen unos 5,2 millones de pares<sup>1</sup>. La mayoría corresponden a zapatillas

<sup>1</sup> Según el informe *LA INDUSTRIA DEL CALZADO ESPAÑOL EN CIFRAS*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. 2005.

domésticas con suela vulcanizada. También destaca la fabricación de zapatillas y sandalias con suela vegetal o mixta, los zapatos de piel, los de suela inyectada, botas de montaña y calzados especiales, como el de escalada.

Siguiendo la tendencia nacional, donde el 70% de la producción se exporta, la industria murciana tiene como principales mercados de destino los países de la Unión Europea –aproximadamente dos tercios de las exportaciones<sup>2</sup>-, Estados Unidos, Canadá, México y otros países latinoamericanos y asiáticos.

Se trata de un **sector altamente fragmentado**, donde coexisten unas **pocas grandes empresas**, líderes del sector, junto a un elevado número de **pequeños fabricantes**, especializados en tipos específicos de calzado o en componentes auxiliares, como las suelas. En total, se estima que, actualmente son alrededor de 120 empresas las que conforman el sector del calzado en la Región de Murcia.<sup>3</sup>

Las **zonas** que concentran la **producción** del sector, en la Región, son Alhama de Murcia y el Valle del Guadalentín –especializadas en la zapatilla doméstica-, Caravaca y la Comarca del Noroeste –calzado con suela vegetal, principalmente yute o mixta- y Yecla y el Altiplano –zapato juvenil con alto componente de moda y de diseño.

Además, existen empresas dedicadas a actividades auxiliares relacionadas con la transformación del plástico y del caucho, de pequeño tamaño, que están orientadas a servir a la industria local.

Con respecto al nivel de **asociacionismo** en el sector, la principal institución es la **Asociación Regional de Fabricantes de Calzado y Zapatillas Vulcanizadas**, con sede en Alhama de Murcia, a la que se encuentra vinculado el **Centro Tecnológico del Calzado y del Plástico**, referente para las empresas de esta industria en materia de investigación, innovación y tecnología. Este Centro también proporciona otra serie de servicios a sus empresas asociadas, enfocados a la promoción, control de la calidad, asistencia técnica, formación, etc.

La situación actual del sector del Calzado en la Región de Murcia no quedaría completa sin apuntar algunos de los **retos** a los que se enfrenta a corto y medio plazo, como la **competencia** de productos provenientes de **otros países**, con precios muy inferiores ante los que no puede competir en costes.

Por ello, muchas empresas están reduciendo progresivamente la producción que adquieren en esos países y se están centrando en labores de diseño y comercialización que, actualmente, son las que aportan valor añadido al producto. Un buen ejemplo de esta política son las empresas que se concentran en la zona de Yecla, que están apostando por dicha forma de actuar.

---

<sup>2</sup> CALZADO REGIÓN DE MURCIA. Colección "Folletos Sectoriales". Plan de promoción exterior 2000-2006. Instituto de Fomento de la Región de Murcia.

La **innovación tecnológica** y la **calidad** son otros factores que contribuyen a reforzar la imagen del calzado murciano, observándose sus beneficios a medio y largo plazo. Estos factores posibilitan el lanzamiento de productos nuevos, permiten experimentar con materiales o diseños innovadores y contribuyen a conseguir una alta calidad en los artículos. En este sentido, el Centro Tecnológico del Calzado ha impulsado la creación de una etiqueta de calidad que distingue a los productos que apuestan por la misma, el diseño y la innovación.

El último reto es la **formación**, un factor clave a la hora de asegurar la mejor adaptación de las empresas a los cambios que se producen, con el fin de garantizar su competitividad. El Centro Tecnológico también está incidiendo en este objetivo.

#### 4. Estudio de la penetración de las TIC en el sector del Calzado en la Región de Murcia

El actual escenario de la Economía pone de relieve la necesidad de un buen uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Internet y el Comercio Electrónico son herramientas con más de 10 años de bagaje en España, estando probado su potencial a nivel empresarial.

Es este un momento oportuno para tomar el pulso al sector del Calzado murciano a nivel de uso de las TIC, Internet y el Comercio Electrónico para evaluar qué se está haciendo y cómo se está haciendo. De este análisis se podrán extraer los beneficios que las mencionadas herramientas aportan a las empresas individuales y al sector en su conjunto.

Los tres factores analizados revisan el acceso y presencia en Internet, el posicionamiento a través de buscadores y sitios sectoriales especializados y el uso del Comercio Electrónico.

##### a. Acceso y presencia en Internet

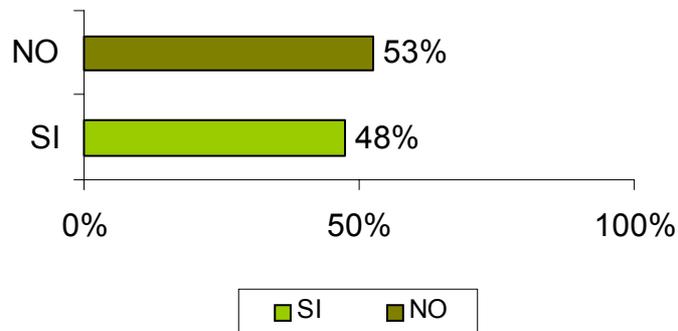
Acceso y presencia en Internet constituyen los factores básicos para realizar un primer acercamiento al uso de las TIC en la empresa. De su análisis, se obtendrán unos resultados cuantitativos, dirigidos a medir el estado inicial de la adaptación de las empresas del sector a Internet.

##### o Acceso a Internet

El indicador más básico para establecer si una empresa hace uso de Internet es, obviamente, si cuenta con acceso a la Red. En este aspecto es necesario matizar que se han considerado como empresas “off-line” o “desconectadas”, a aquellas que carecen tanto de página web como de correo electrónico.

Es posible que dispongan de acceso a Internet para usos personales, como buscar información, pero en el ámbito empresarial siguen formando parte del grupo que aún utiliza medios de comunicación tradicionales (teléfono, fax) para sus relaciones comerciales, por lo que no se puede considerar que hayan incorporado las TIC a su gestión.

Para que una empresa se considere que tiene acceso a Internet es necesario que muestre su voluntad a que sea conocida y contactada a través de Internet, bien a través de página web propia o facilitando un correo electrónico donde contactar con la misma.



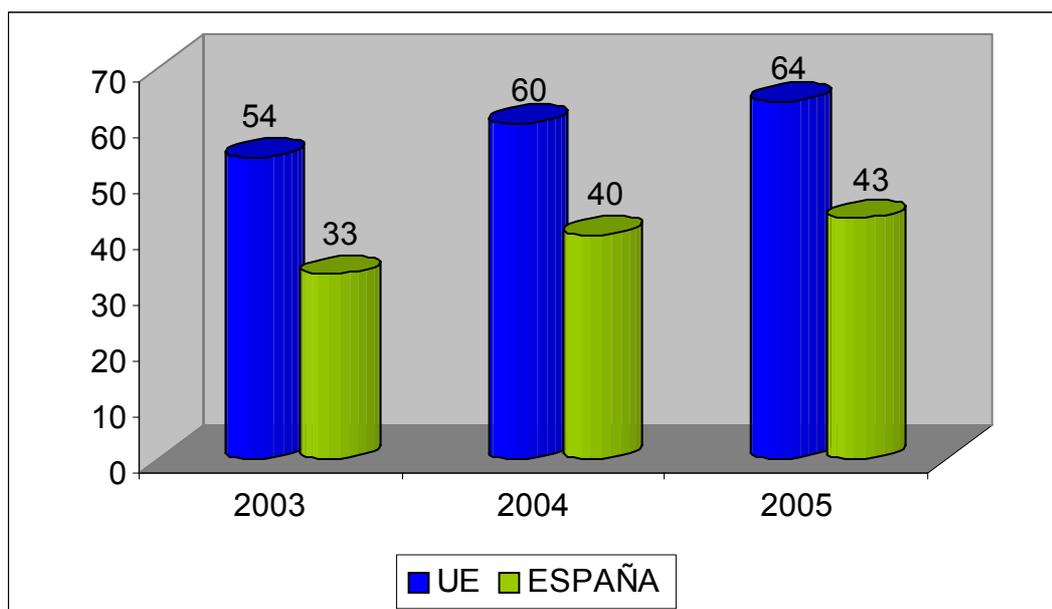
**Gráfico 1. Acceso a Internet en empresas del Calzado de la Región de Murcia**  
Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico, en el momento de realizar este estudio, se estima que **el porcentaje de empresas que incorporan las TIC en sus modelos de gestión alcanza el 48%**.

#### ○ **Presencia en Internet**

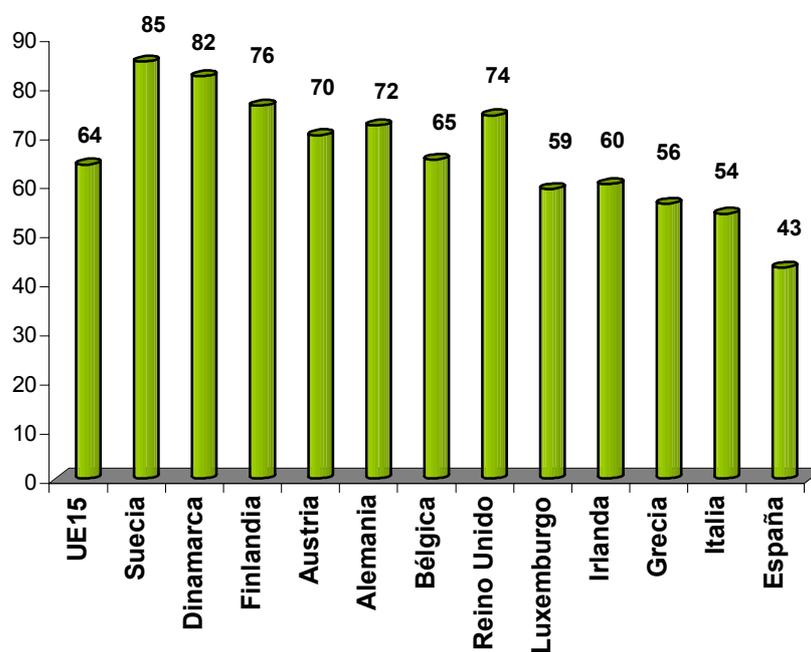
La presencia en Internet de una empresa puede responder a distintas motivaciones u objetivos. Lo recomendable es que esté determinada por la estrategia de la empresa. De esta forma, puede servir mejor a los intereses de la misma y centrar su utilidad en aspectos concretos como la imagen corporativa, promoción y relaciones públicas, ventas, comunicación con clientes y proveedores, etc.

Para obtener un análisis comparativo se han contrastado los datos de las empresas murcianas del Calzado en dos contextos: nacional y de la Unión Europea (UE). De esta forma es posible situar a las empresas del sector de la Región de Murcia en el conjunto de empresas españolas y en el de empresas europeas con presencia en Internet.



**Gráfico 2. Porcentaje de empresas españolas que tienen sitio o página web respecto a la media europea 2003-2005**

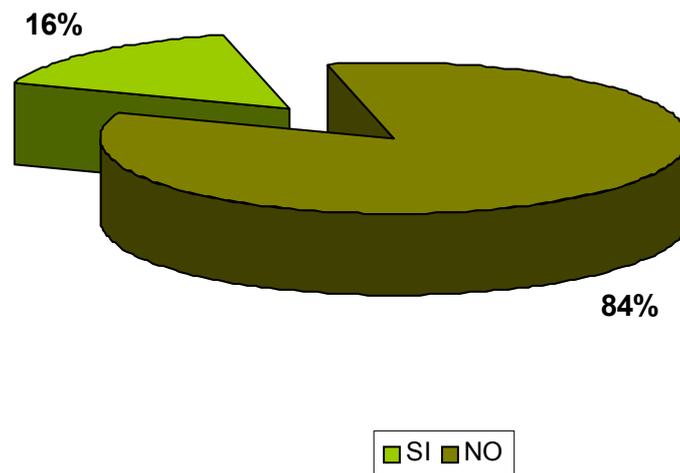
Fuente: Informe/Encuesta: EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics', 2006



**Gráfico 3. Porcentaje de empresas que tienen sitio o página web en 2005**

Fuente: Informe/Encuesta: EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics', 2005

A lo largo de estos tres últimos años se observa un crecimiento sostenido en el número de empresas que cuentan con sitio web, tanto en España como en la UE. A finales de 2005, el 43% de las empresas españolas tenían página web.



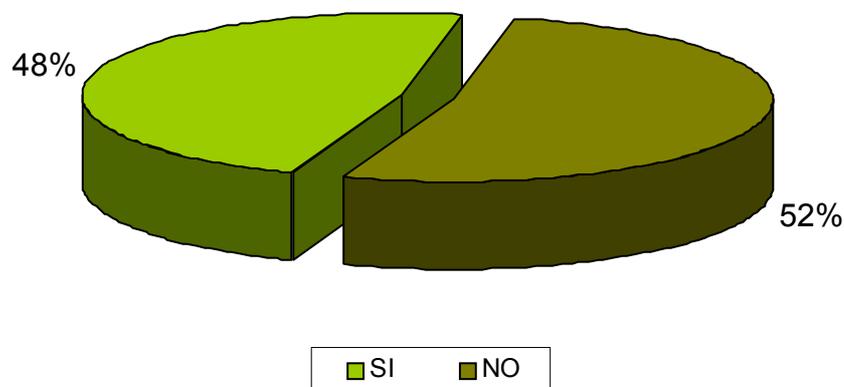
**Gráfico 4. Empresas con página web en el Sector del Calzado en la Región de Murcia**

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico anterior, **el 16% de empresas del Calzado en la Región de Murcia cuenta con página web.**

En el momento actual la presencia a través de página web de las empresas murcianas del sector es reducida. Sin embargo, algunas empresas han contratado recientemente nombres de dominio, por lo que aunque aún no están accesibles sus páginas web muestran una voluntad clara de tener presencia en Internet en un futuro cercano.

Asimismo, los datos que analizan el **uso del correo electrónico** en las empresas murcianas del Calzado confirman esta tendencia: un **48% están utilizando este medio para comunicarse con sus clientes y proveedores** lo que sugiere que, muy probablemente, terminen creando su sitio web.



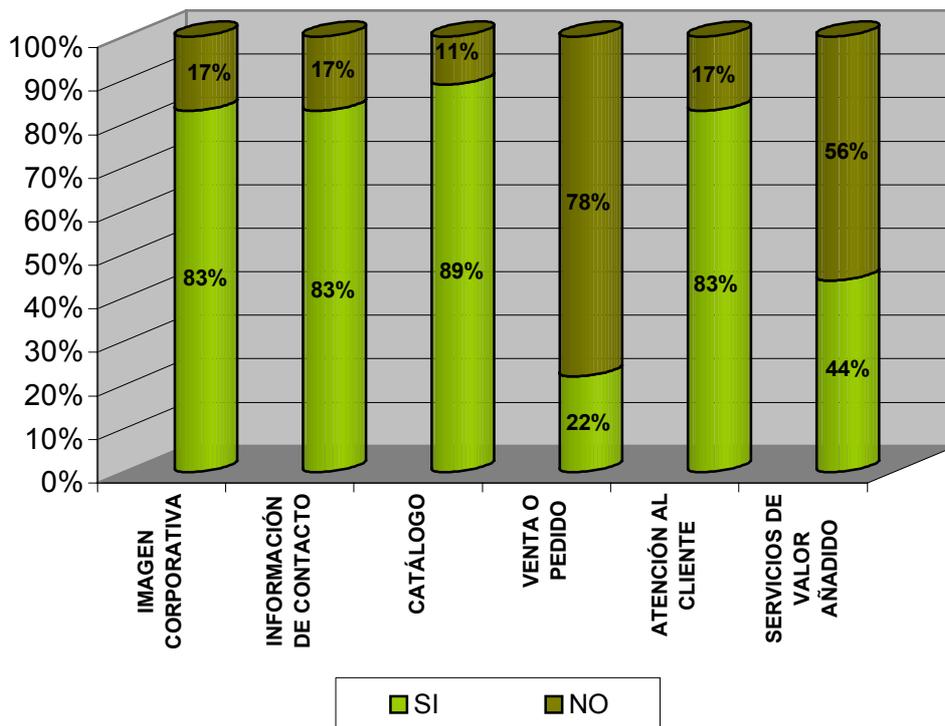
**Gráfico 5. Empresas con Correo Electrónico en el Sector del Calzado en la Región de Murcia**

Fuente: Elaboración propia

Además de los datos cuantitativos sobre uso de las TIC es interesante indagar los sitios web de aquellas empresas con presencia en Internet, para determinar los aspectos en los que inciden las empresas del Calzado de la Región de Murcia.

El análisis cualitativo permite evaluar la finalidad de la presencia en Internet, así como determinar el carácter estratégico de la misma. Para ello, se han establecido una serie de objetivos básicos que se han normalizado de la siguiente forma:

- Imagen corporativa
- Información de contacto
- Catálogo
- Pedidos / Ventas
- Atención al cliente
- Servicios de valor añadido



**Gráfico 6. Objetivos de las páginas web de las empresas murcianas del sector del Calzado**

Fuente: Elaboración propia

A la vista del Gráfico 6, el **aspecto más destacable** que se observa es **la homogeneidad existente entre los sitios web de la mayor parte de empresas murcianas del Calzado** en cuanto a concepción y objetivos.

Casi todas **las empresas centran su presencia en cuatro aspectos básicos: imagen corporativa, información de contacto, catálogo y mecanismos de atención al cliente**. Sin embargo, aquellos elementos diferenciadores o que pueden aportar valor añadido son contemplados sólo por una minoría.

## **b. Posicionamiento en Internet**

El posicionamiento en buscadores es una estrategia para dar a conocer un sitio web y un aspecto a tener en cuenta para analizar el nivel de presencia en Internet de un sector determinado.

Para conocer el nivel de posicionamiento de las empresas del calzado de la Región de Murcia se han lanzado varias consultas en los tres motores de búsqueda más utilizados<sup>3</sup>: Google, Yahoo y Msn.

Los **criterios de búsqueda** empleados para realizar el estudio se han basado en el producto (calzado, zapatos, zapatillas, etc.), combinándolo con un criterio geográfico (Murcia y las distintas áreas principales de producción de calzado). Por último, se ha realizado la búsqueda por razón social o por marca de una muestra de empresas.

En general, las búsquedas por los términos claves mencionados anteriormente han ofrecido diversos resultados, aunque en su mayoría la presencia de las empresas murcianas entre los primeros resultados ha sido reducida.

Cuando esas mismas búsquedas se realizan en inglés (no olvidemos la vocación exterior de este sector), los resultados no son mejores. Un aspecto destacable es que las páginas web que aparecen, en ambos casos, en los primeros resultados corresponden a directorios de empresas, del estilo de Páginas Amarillas; de ahí la importancia de aparecer también en directorios comerciales, ya que a pesar de la difícil diferenciación en los mismos y de lo poco específicos que son, al menos permiten comunicar los datos básicos de contacto.

En cuanto a las **búsquedas por razón social o por nombre de marca**, los resultados son **mejores**. Las empresas aparecen en el primer puesto o entre los primeros (si el nombre es muy común o genérico).

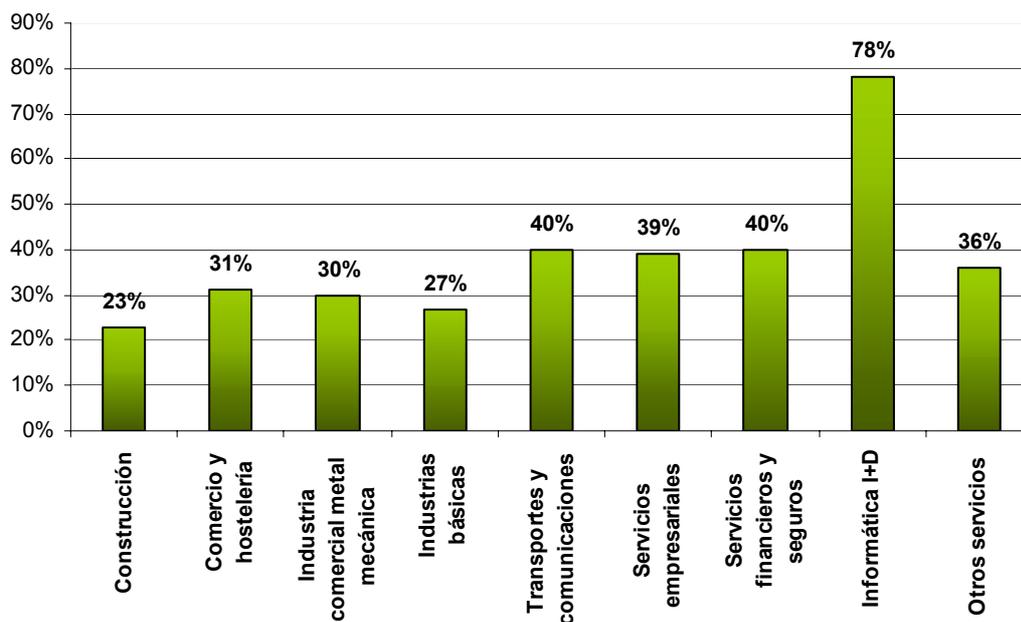
Un aspecto ligado al posicionamiento en buscadores, como es la **publicidad basada en los términos de búsqueda**, tampoco está siendo explotada por las empresas murcianas del Calzado, a pesar de las ventajas que aporta, como la alta segmentación del público objetivo (en función de las búsquedas que realiza) y el gasto reducido y controlado en todo momento de la inversión publicitaria en comparación con el coste en otros medios como prensa, radio y televisión.

### c. Comercio Electrónico

Según datos del Observatorio Español de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el **32,6% de las empresas españolas realizan operaciones de Comercio Electrónico**. Las pertenecientes a **Industrias básicas como la del Calzado se encuentran levemente por debajo de la media, en torno a un 27%**.

---

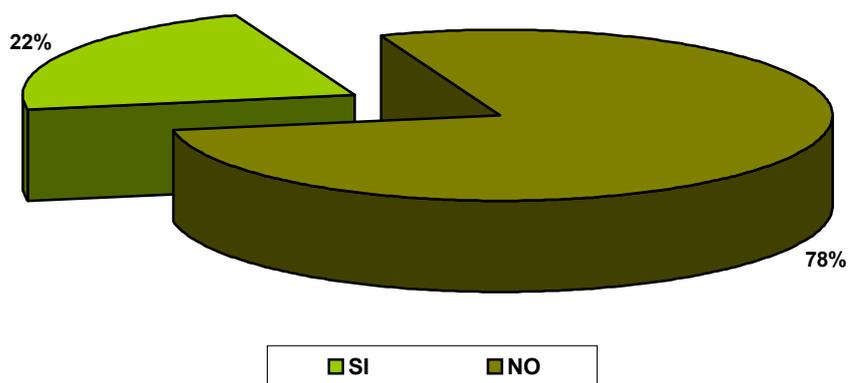
<sup>3</sup> Según "Buscadores en Internet. Comparativa", publicada en el portal de Comercio Electrónico de la Región de Murcia ([www.cecarm.com](http://www.cecarm.com)).



**Gráfico 7. Porcentaje de empresas que realizan Comercio Electrónico por sectores (2005)**

Fuente: DMR / AETIC

En el **sector del Calzado de la Región de Murcia**, de las empresas que cuentan con página web o presencia en Internet, el **22% realiza operaciones de Comercio Electrónico**.



**Gráfico 8. Empresas del Calzado murcianas que realizan operaciones de Comercio Electrónico**

Fuente: Elaboración propia

Éstas empresas permiten realizar pedidos a través de su web; además, algunas están creando plataformas online para vender directamente a sus clientes. Complementando la venta directa a través de sitios web, otro canal

utilizado por estas empresas son los **marketplaces o mercados virtuales** donde las compañías colocan sus ofertas y reciben peticiones de compra. Las empresas murcianas del Calzado han encontrado en estos espacios virtuales un **lugar idóneo donde hacer nuevos clientes e incluso vender parte de su producción.**

La actual situación del sector español del Calzado, con la feroz competencia asiática y de otros países emergentes, apunta a la dificultad de esta industria para competir en precios, por lo que debe buscar otras vías de diferenciación y nuevos factores competitivos, como la innovación y el diseño. En ambos, tienen bastante peso las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Por lo tanto, el dominio de estas y de nuevos canales electrónicos de comercialización será clave en un futuro no muy lejano.

## 5. Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector

Actualmente, existen dos líneas de ayuda en la Región de Murcia destinadas a la incorporación de las TIC y el uso del Comercio Electrónico en las pymes, contempladas en el **Plan de Consolidación y Competitividad de la Pyme** [<http://www.ifrm-murcia.com/contenido/ayudas/principal.html>]:

- Desarrollo de una estrategia de Comercio Electrónico.
- Fomento de las tecnologías de la información.

Por otra parte y dentro del II Plan para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en la Región de Murcia, **regióndemurciaSI**, existen diferentes acciones que ayudan a potenciar el uso de las TIC y del Comercio Electrónico en los sectores productivos de la Región. Entre ellas destaca el Servidor Regional de Comercio Electrónico, **www.cecarm.com** que ofrece asesoramiento a empresas y emprendedores de la Región para la puesta en marcha de su negocio electrónico, así como información a los consumidores sobre las ventajas del uso de Internet como canal de transacción.

## 6. Conclusiones

Las empresas del **Calzado** de la Región de Murcia presentan una gran **amplitud y variedad de productos** y características, así como mercados a los que se dirigen. Esto implica diferentes modelos y estrategias empresariales que, pese al reducido número de compañías, permiten hacer un **análisis diferenciado por zonas de producción.**

Así, la mayor parte de las empresas se dedican a la fabricación de **zapatillas de casa** y se concentran, principalmente, en las localidades de Alhama de Murcia y Caravaca. Éstas responden a los modelos de negocio más tradicionales, compitiendo en mercados maduros y con estrechos márgenes. El principal **reto** para asegurar su continuidad reside en la apuesta por la

**innovación tecnológica** y la innovación en el **diseño**. Para ello, es fundamental un uso óptimo de las TIC que favorezcan estos procesos.

Asimismo, un reducido número de empresas se concentran en la zona de **Yecla**. Éstas son de mayor tamaño y su estrategia pasa por la creación de una imagen sólida, ligada al segmento juvenil, con especial énfasis en el **diseño**, siguiendo las tendencias de la moda. Son precisamente estas empresas las que están haciendo mayores esfuerzos para adaptar las posibilidades que les ofrecen las TIC a sus modelos de negocio.

En líneas generales, la industria murciana del Calzado se encuentra en un momento de adaptación tecnológica, obligada por la necesidad de ser más competitiva para poder hacer frente a industrias emergentes, principalmente asiáticas, contra las que difícilmente se puede competir en precios.

A día de hoy, el número de empresas del Calzado en la Región de Murcia que cuenta con página web propia es todavía reducido, aunque va en aumento, al igual que las que contemplan el Comercio Electrónico como un canal de venta más. Sin embargo, todo indica que en unos años una página web va a ser indispensable para tener presencia sectorial y el Comercio Electrónico una vía más tanto para vender como para aprovisionarse.

De las empresas murcianas del calzado que tienen web propia, la mayor parte de ellas están enfocadas a transmitir su imagen corporativa, mostrar el catálogo de sus productos y comunicarse con los clientes a quienes se dirigen. Obviamente en estos escaparates que son las páginas web también ha de poder apreciarse la apuesta que cada empresa hace por los factores claves comentados anteriormente y que podrían resumirse en transmitir innovación, diseño y calidad.

## **7. Anexo**

### **a. Casos de éxito**

#### ***Ámbito Autonómico (Región de Murcia)***

Se presentan dos ejemplos diferenciales que representan algunas de las ventajas competitivas de Internet en el sector del Calzado de la Región de Murcia: como canal de venta y como canal de promoción.

➤ ***Pisano. URL: [www.pisano.es](http://www.pisano.es)***

Pisano es una empresa joven, distribuidores de calzado en la Región de Murcia, con establecimientos físicos en la ciudad de Murcia y Cartagena. Desde el principio, este comercio minorista ha sabido adaptarse a las Nuevas Tecnologías.

Pisano ha sido consciente de que la web es un excelente mecanismo para mejorar la imagen de la empresa y conocer los gustos del cliente. De hecho, con el fin de conseguir estos dos objetivos, la web de Pisano pone a

disposición del visitante toda una serie de contenidos y servicios atractivos y visuales que, además, le aportan un valor añadido:

- **Juegos interactivos** que contribuyen a generar una experiencia online agradable en el usuario.
- Un **exitómetro** para pulsar y conocer las opiniones y sugerencias del cliente o visitante en relación con los productos o los contenidos del sitio web o ideas sobre cómo mejorar los servicios.
- **Radio digital** con melodías de distintos estilos.
- Un **foro**, actualmente en remodelación.

Además, Pisano *personaliza la oferta*, dirigiéndose de manera individual a cada cliente. La web está segmentada según cada nicho de mercado, por lo que el cliente accederá a una rama de la oferta en función del producto que busque, su sexo, la marca y lo máximo que se quiere gastar.

Por último, Pisano ha podido acceder, gracias al uso de Internet, al mercado internacional, ya que a raíz de la tienda online iniciaron sus ventas a países como Inglaterra, Francia o Italia.

➤ **New Rock. URL: [www.newrock.es](http://www.newrock.es)**

New Rock es una marca conocida en el sector, creada en 1978 y caracterizada desde entonces por un sistema de fabricación único y un diseño futurista, que ha visto en Internet una herramienta idónea para atraer nuevos clientes y acceder a un mercado más amplio.

New Rock ha entendido que no todas las apuestas de Comercio Electrónico son válidas para atraer a cualquier segmento. De hecho, su web refleja cómo han tenido en cuenta aspectos como el idioma o la política de precios. Con respecto al idioma, por ejemplo, la tienda online de New Rock está accesible para el público de habla hispana e inglesa y se prevé que se traduzca al francés, italiano, holandés y alemán.

Además, la web de New Rock define una estrategia orientada al cliente. Destaca el protagonismo que se le cede al usuario o visitante, lo que potencia una **comunidad activa**. Por ejemplo, los usuarios pueden opinar sobre el producto que compran y cuentan con un blog desde donde se pueden leer noticias, próximas aperturas, etc.

## Ámbito Nacional

Los siguientes casos, a nivel nacional, corresponden con el modelo de Comercio Electrónico de tienda online y muestran algunos aspectos generales y de interés para el sector del Calzado.

- **Calzados Cómodos.** URL: [www.calzadoscomodos.com](http://www.calzadoscomodos.com)

Calzados Cómodos es una empresa distribuidora y especialista en calzado de descanso desde 1870, con varias tiendas físicas repartidas por la capital española. Actualmente, también ofrecen sus productos a través de Internet. La tienda dispone de un diseño estándar e intuitivo, catálogo de productos completo y un proceso de compra sencillo.

- **Camper.** URL: [www.camper.es](http://www.camper.es)

Camper es una marca reconocida de zapatos en España y a nivel internacional. Esta empresa ha puesto a disposición de sus clientes un sistema de compra online. Es un buen ejemplo de empresa virtual que ha utilizado Internet para acceder a un mercado más amplio (la web está traducida a varios idiomas). Destaca el servicio de atención al cliente con información precisa y detallada, la usabilidad del sitio, diseño atractivo, un proceso de compra intuitivo e información detallada del producto (imágenes desde distintos planos).

- **Footlux.** URL: [www.footlux.com](http://www.footlux.com)

Footlux es una empresa madrileña que distribuye calzado y accesorios exclusivos a través de Internet. Su tienda virtual, traducida a varios idiomas, es un buen ejemplo de estrategia orientada al cliente. Todos los elementos de la web responden a las necesidades del comprador: servicio de atención al cliente, información detallada sobre envíos y devoluciones, preguntas frecuentes (la tienda online se anticipa a los problemas que pueda tener el usuario durante su compra), buscador interno para facilitar la búsqueda de los artículos, menú de producto organizado por categorías, rebajas y novedades.

## b. Principales sitios web del sector

Se han seleccionado los sitios web que se detallan a continuación por su posicionamiento en buscadores y/o por el interés que denotan algunos aspectos de la web en relación con el sector del calzado en Internet.

### PORTALES Y DIRECTORIOS SECTORIALES

- **CETEC.** Centro Tecnológico del Calzado y el Plástico. Dispone de varios servicios para el profesional del sector y amplía información. URL: [www.ctcalzado.org](http://www.ctcalzado.org)
- **Calzado Online.** Portal para la industria del calzado. Está dedicado al comercio electrónico entre empresas de América Latina y los mercados

hispanicos. Dispone de una galería de productos, directorio de proveedores y una Extranet privada.

URL: [www.calzado-online.com.ar](http://www.calzado-online.com.ar)

- **Escaparate del Calzado.** Publicación bimestral dirigida al comercio del calzado, en la que se pueden identificar las claves de la moda y la actualidad relacionadas con este sector.  
URL: [www.escaparatesdelcalzado.com](http://www.escaparatesdelcalzado.com)
- **Europages.** Directorio empresarial europeo.  
URL: [www.calzado.europages.es](http://www.calzado.europages.es)
- **KS.** Revista especializada en el mundo del calzado de toda América y México que incluye amplia información: experiencias, ferias, artículos.  
URL: [www.ks.com.mx](http://www.ks.com.mx)
- **Museo del Calzado.** Noticias del sector y directorio de tiendas.  
URL: [www.museocalzado.com](http://www.museocalzado.com)
- **Paso-Paso.** Centro Virtual de los sectores de fabricación y componentes del calzado. Ofrece a sus usuarios amplios servicios: estadísticas, informes de mercado, calendarios de ferias, directorio empresarial, asesoramiento, etc. Los usuarios, además, pueden publicar ofertas y/o demandas de sus productos en un tablón de anuncios.  
URL: [www.paso-paso.com](http://www.paso-paso.com)
- **Portal del Calzado.** Noticias del sector y directorio de empresas del estado mexicano. Incluye enlaces a portales de la industria americana del calzado.  
URL: [www.calza.com](http://www.calza.com)
- **Portal del Cuero.** Sitio de negocios dentro de la cadena productiva del sector del cuero, el calzado y sus manufacturas, centrado en el ámbito americano, con proyección a nivel mundial.  
URL: [www.portaldelcuero.com](http://www.portaldelcuero.com)
- **Shoeinfonet.** Portal sobre el mundo del calzado en inglés.  
URL: [www.shoeinfonet.com](http://www.shoeinfonet.com)
- **World Shoe.** Portal de la industria del calzado a nivel internacional. Dispone de una galería de directorios sobre fabricantes, tiendas online, publicaciones, empresas de servicios, agentes comerciales, etc.  
URL: [www.sho.es](http://www.sho.es)

## ASOCIACIONES

- **AEC.** Asociación española de Empresas de Componentes para el Calzado.  
URL: [www.aeccc.com](http://www.aeccc.com)

- **Asociación de representantes de Calzado.**  
URL: [www.excalpa.com](http://www.excalpa.com)
- **Asociación Portuguesa de Calzado.**  
URL: [www.apic.pt](http://www.apic.pt)
- **Confederación Europea de la Industria del Calzado.**  
URL: [www.cecshoe.be](http://www.cecshoe.be)
- **FECUR.** Asociación Española de Empresarios de Curtidos.  
URL: [www.abserver.es/fecur/](http://www.abserver.es/fecur/).
- **FICE.** Federación de Industrias del Calzado Español. FICE es la organización empresarial de ámbito nacional que representa los intereses generales del sector tanto a nivel nacional como internacional. Incluye, en su página web, directorio de industrias, informes, estadísticas, calendario de ferias, etc.  
URL: [www.fice.es](http://www.fice.es)
- **INESCOP** (Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas). INESCOP es una organización de servicios para las industrias del calzado. Dispone de sala de prensa, directorio empresarial y enlaces de interés.  
URL: [www.inescop.es](http://www.inescop.es)

## **MARKETPLACES**

- **Moddo** se ha consolidado a nivel internacional como un portal de referencia mundial para profesionales de la industria del Calzado, líder en Comercio Electrónico, como en servicios de valor añadido y contenidos. Este portal facilita el encuentro de las empresas y los profesionales con una gran oferta especializada. Se puede acceder a una gran base de datos de empresas, tablón de anuncios de ofertas y demandas, calendario de ferias, informes sectoriales, etc.  
URL: [www.moddo.com](http://www.moddo.com)

## **FERIAS DE INTERÉS PARA EL SECTOR**

- **Global Look.** Salón de la marroquinería, calzado, viaje, bisutería y complementos de moda. Se celebra en Barcelona.  
URL: [www.globallookbcn.net](http://www.globallookbcn.net)  
Email: [info@globallookbcn.net](mailto:info@globallookbcn.net)  
Tel: 93 411 16 16
- **Moda Calzado.** Feria Internacional del Calzado orientada al mercado de calzado, marroquinería, accesorios y regalos. Se celebra en Madrid.  
  
URL: [www.modacalzado.ifema.es](http://www.modacalzado.ifema.es)  
Email: [modacalzado@ifema.es](mailto:modacalzado@ifema.es)  
Tel: 902 221 515

### c. Estudios

- URL: **Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2006**. Estudio elaborado por la Asociación Española de Comercio Electrónico y Red.es. Incluye los últimos datos sobre Comercio Electrónico minorista entre empresa y consumidor en España.  
URL: [observatorio.red.es/estudios/documentos/B2C2006.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/B2C2006.pdf)
- **Informe de la Sociedad de la Información en España 2005**, elaborado por Telefónica. Incluye amplia información y datos sectoriales de la situación del Comercio Electrónico entre empresas y consumidores.  
URL: [www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/informes\\_home.shtml](http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/informes_home.shtml)
- **Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas**. Elaborado por el INE. 2006.  
URL: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- **Inventario de indicadores para la evaluación comparada de Europa 2005**.  
URL: [www.ine.es/docutrab/tic/inventario\\_in05.pdf](http://www.ine.es/docutrab/tic/inventario_in05.pdf)
- **El Comercio Electrónico en España a través de entidades de medios de pago**. Este estudio está elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. 3º Trimestre de 2005.  
URL: [www.cmt.es](http://www.cmt.es)
- **La Sociedad de la Información en la Empresa**. Estudio que analiza el grado de avance de la incorporación de las nuevas tecnologías a la empresa. Julio de 2006.  
URL: [observatorio.red.es/estudios/documentos/si0707estudio.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/si0707estudio.pdf)

### 8. Fuentes

- La industria del Calzado español en cifras. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. 2005  
URL: [www.mityc.es](http://www.mityc.es)
- Calzado Región de Murcia. Colección "Folletos Sectoriales". Plan de promoción exterior 2000-2006. Instituto de Fomento de la Región de Murcia.  
URL: [www.ifrm-murcia.com](http://www.ifrm-murcia.com)
- Empresarial de ESADE.  
URL: [www.guiame.net](http://www.guiame.net)
- Anuario del Calzado: el sector en España y en Europa  
URL: [www.fice.es](http://www.fice.es)
- Informe del Sector del Calzado. Secretaría General de Comercio Exterior. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España.  
URL: [www.mcx.es/sgcomex/Industriales/Informes.htm](http://www.mcx.es/sgcomex/Industriales/Informes.htm)

- Sector del Calzado: Evolución tecnológica. Fundación Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial (OPTI)  
URL: [www.opti.org](http://www.opti.org)
- CECARM: Portal sobre Comercio Electrónico en la Región de Murcia.  
URL: [www.cecarm.com](http://www.cecarm.com)