



INFORME  
DE FERIA

---

2024



# Shoes from Spain

**Tokio**

**7 – 8 de febrero de 2024**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Tokio

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIA

1 de marzo de 2024  
Tokio

Este estudio ha sido realizado por  
Marta Carbajal Domínguez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Tokio

<http://japon.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
<b>2. Descripción y evolución de la Feria</b>	<b>5</b>
2.1. Ubicación	5
2.2. Servicios ofrecidos	6
2.3. Datos estadísticos de participación	6
2.4. Participación	9
<b>3. Actividades de promoción</b>	<b>11</b>
3.1. Promoción entre compradores	11
3.2. Promoción en medios de comunicación	11
3.3. Promoción en plataformas digitales	12
3.4. Servicios durante la feria	12
<b>4. Tendencias y novedades presentadas</b>	<b>14</b>
<b>5. Valoración</b>	<b>16</b>
<b>6. Anexos</b>	<b>20</b>
6.1. Recomendaciones de participación	20
6.2. Acuerdo de libre comercio	21
6.3. Asociaciones de interés	22
6.4. Organismos españoles	22
6.5. Organismos oficiales japoneses	22
6.6. Organismos europeos	23





# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

### SHOES FROM SPAIN 2024

<b>Fechas de celebración del evento</b>	7 y 8 de febrero de 2024
<b>Edición</b>	36.ª edición
<b>Frecuencia</b>	Bianual
<b>Fecha de la próxima edición</b>	17 y 18 de julio de 2024
<b>Lugar de celebración</b>	Edificio Carato 71.150-0035 Hachiyama-cho, Shibuya-ku, Tokyo 13-7
<b>Acceso</b>	<b>Autobús:</b> Utilizar el Tokyu Transit en la terminal nº 6 de la estación de Shibuya salida oeste hasta <i>Hachiyama-cho Koban-mae</i> 【鉢山町交番前】 o <i>Saigobashi</i> 【西郷橋】 <b>Tren:</b> Línea Tokyu Toyoko hasta la estación de <i>Daikanyama</i> 【代官山】. Caminar 10 minutos.
<b>Horario de la feria</b>	10:00 – 18:00.
<b>Precios de entrada:</b>	Gratuita para profesionales, previo registro en la entrada
<b>Precio de participación</b>	Con distribuidor/agente → 2.900 € + 10 % IVA = 3.190 € Sin distribuidor/agente con el servicio de la agencia de representación → 3.800 € + 10 % IVA = 4.180 € Stand: 9 m <sup>2</sup>
<b>Sectores y productos representados</b>	Calzado de mujer, caballero y niño
<b>Página web</b>	<a href="https://www.shoesfromspain.jp/">https://www.shoesfromspain.jp/</a>
<b>Organizador</b>	<b>ICEX España Exportación e Inversiones</b> Paseo de la Castellana 278, 28046 Madrid Tel: 900 349 000 <a href="http://www.icex.es">www.icex.es</a>  <b>Oficina Económica y Comercial de España en Tokio</b> 3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokio, 106-0032 Tel: (+81) 3-5575-0431 <a href="http://japon.oficinascomerciales.es">http://japon.oficinascomerciales.es</a>
<b>Colaborador</b>	Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) Núñez de Balboa, 116-3º Of. 5 y 6. 28006 Madrid Tel: 915 627 003 <a href="http://www.fice.es">www.fice.es</a>
<b>Convocatoria</b>	<a href="https://www.icex.es/exposicion-shoes-from-spain-tokio-2024">Exposición Shoes from Spain (Tokio) 2024 (icex.es)</a>

## 2. Descripción y evolución de la Feria

*Shoes from Spain* es una exposición de calzado español con perfil de feria comercial. Durante el mes de febrero de 2024 ha tenido lugar su 36.ª edición por iniciativa de ICEX, siendo la segunda edición sin restricciones, y primera edición con la colección de otoño-invierno en el país nipón tras los años anteriores de pandemia. La colección presentada en esta edición ha sido la nueva temporada otoño-invierno 2024.

La edición japonesa de *Shoes from Spain* destaca por su concepto formato único de exposición monográfica, en contraste con otros países dónde se desarrolla como participación agrupada dentro de ferias más amplias. Además, con el objetivo de presentar tanto las próximas colecciones de otoño-invierno como las de primavera-verano del año siguiente, la feria ha contado históricamente con dos ediciones, en enero/febrero y en julio, ambas fechas previas a la feria del sector con mayor prestigio internacional, MICAM, que tiene lugar en Milán (18-21 de febrero de 2024 y 15-18 de septiembre de 2024).

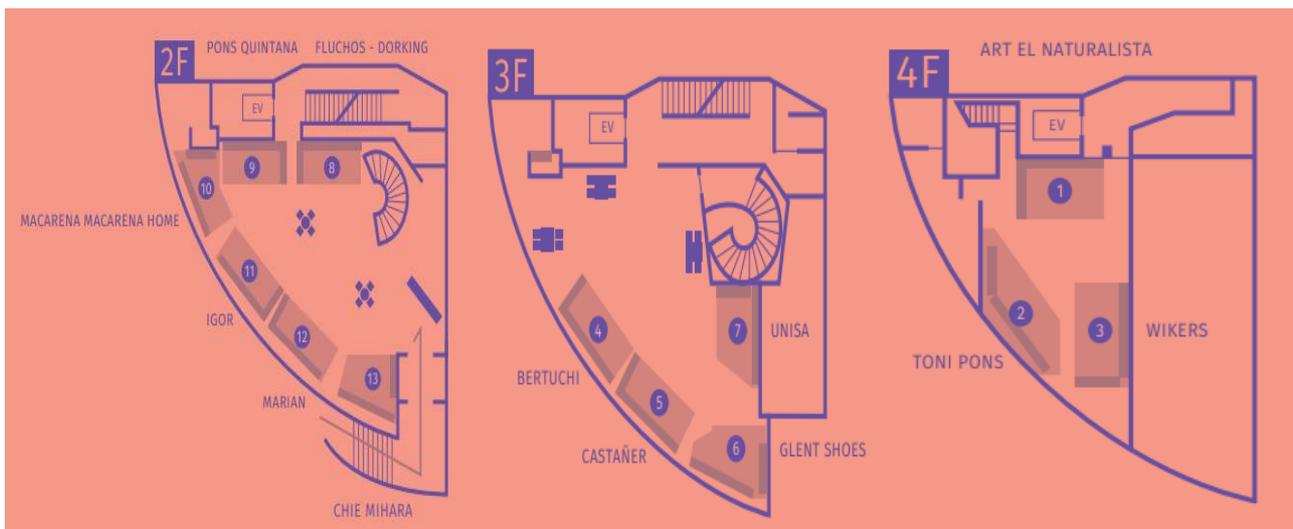
En esta edición, han participado 13 expositores, manteniéndose estable este número con respecto a los 14 expositores de 2023. Si bien, la participación de 2020 y años previos solía situarse entre 20 y 25 expositores.

### 2.1. Ubicación

La exposición tuvo lugar en la sala de exposiciones ubicada en el edificio Carato 71, ubicado en el centro de Shibuya, en el barrio de Daikanyama. El espacio se enfoca en su alquiler para eventos como exposiciones, seminarios o lanzamientos de producto.



Se hizo uso de tres de las cinco plantas del edificio. La planta 2F cuenta con 238 m<sup>2</sup>, la 3F tiene 195 m<sup>2</sup> y la 4F 98 m<sup>2</sup>. Suponiendo una superficie total de 531 m<sup>2</sup> para el evento. La distribución de los expositores se organizó colocando tres marcas en la planta 4F, cuatro en la 3F y seis en la 2F. Cada stand estaba provisto de tres módulos de estanterías con tres baldas cada una, una mesa y dos sillas, enchufe, foco, rótulo de *stand*. Asimismo, se colocaron varios espejos repartidos por la zona expositiva. La disposición indicada se refleja en los siguientes planos.



## 2.2. Servicios ofrecidos

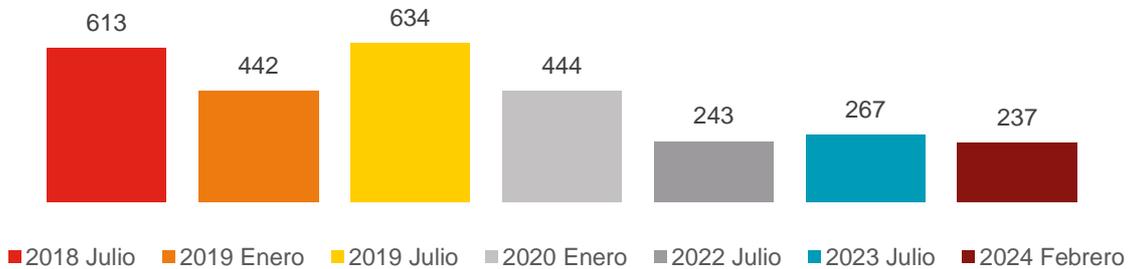
La organización del evento corrió a cargo de ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio con la colaboración de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE). De cara a su organización, se ofrecieron los siguientes servicios:

- Videoconferencia previa con ICEX, FICE, OFECOMES y los expositores.
- Entrega de información práctica para la visita a Tokio y manual de expositores elaborados por la Oficina Económica y Comercial de España en Japón.
- Elaboración y publicación del estudio de mercado de calzado en Japón

## 2.3. Datos estadísticos de participación

*Shoes from Spain 2024* acogió a un total de 237 visitantes, lo que supone un leve descenso en comparación con la pasada edición (267 visitantes). Las cifras todavía se encuentran a cierta distancia de la participación previa a la pandemia, las cuales se situaban entre los 400 y 600 visitantes (si bien, previamente se celebraba la feria durante tres días en vez de los dos actuales).

**GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES**



Fuente: elaboración propia.

El sector del calzado se encuentra ante una difícil situación en el mercado japonés. La disminución de casi el 40% de las exportaciones de calzado a Japón, la devaluación del yen y la subida de los costes de transporte internacional han generado una tormenta perfecta, que dificulta la tarea del exportador español. Así mismo, la crisis sanitaria de 2020 afectó en gran medida al sector, expulsando a muchas empresas del mercado o resintiendo sus cifras de facturación y exportación. Si bien se observa una paulatina recuperación, el sector aún se enfrenta a una situación complicada

La ubicación de la edición de 2024 ha supuesto un cambio con respecto a ediciones anteriores. Desde 2020, la feria ha tenido lugar en la Embajada de España en Japón, ubicación a mayor distancia de las zonas populares de concentración para las empresas del sector de la moda. El cambio de ubicación a Carato 71 aprovechaba la celebración de otras ferias de moda en localizaciones cercanas durante las mismas fechas (Exposición de moda italiana y *Mode in France*), buscando conseguir una sinergia de visitantes. La exposición se ha organizado de martes a jueves, a fin de evitar su realización en lunes o viernes, días con tendencia a una menor afluencia de público.

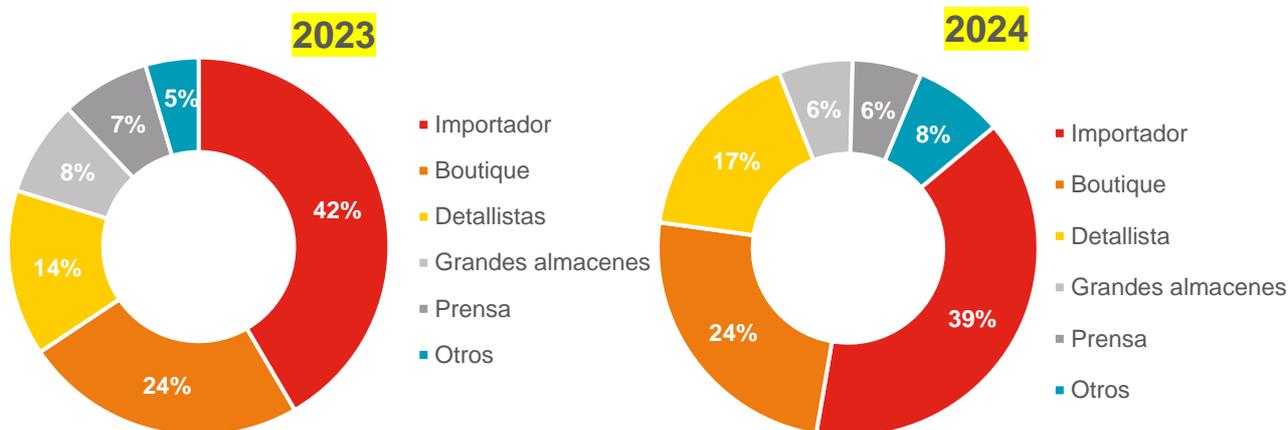
**GRÁFICO 2: NÚMERO DE VISITANTES POR DÍA Y FRANJA HORARIA**



Fuente: elaboración propia. (\*El horario de tarde durante 2023 fue de 16:00 a 17:00).

En la presente edición de *Shoes from Spain*, el día de apertura (7 de febrero) fue el más concurrido, con una asistencia de 88 visitantes. La franja horaria con mayor afluencia de visitantes fue de 10 a 12 de la mañana, tanto en la edición de 2024 como en la edición anterior (Gráfico 2). Por el contrario, la última franja horaria, de 16:00 a 18:00 muestra el número de asistencia más bajo. Pese al menor número de visitantes, la afluencia muestra mayor estabilidad en 2024 en comparación con la asistencia de 2023, la cual se concentró mayoritariamente en las primeras dos horas de apertura, experimentando un drástico descenso al mediodía y durante la última hora de la tarde.

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE VISITANTES POR CATEGORÍA



Fuente: elaboración propia.

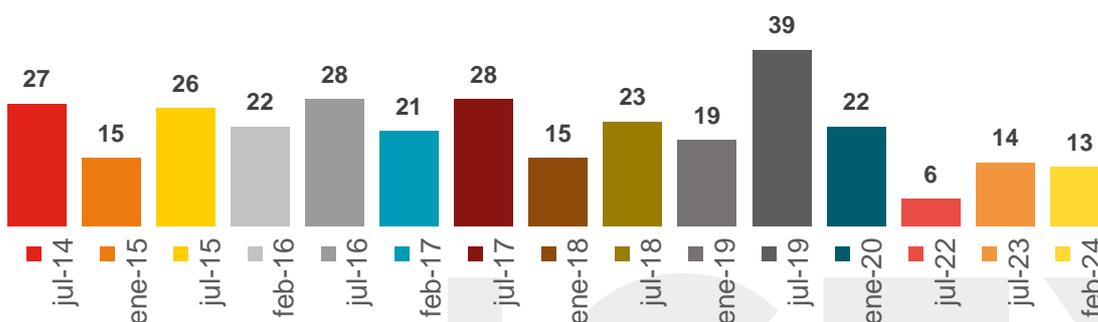
Con respecto a la categoría de las empresas participantes, se observa porcentajes similares a años anteriores. Destaca la participación de importadores, boutiques y detallistas, que componen el 80,2% de la participación. Tradicionalmente, la categoría de boutique de moda ha sido muy importante para *Shoes From Spain* debido a los resultados obtenidos con empresas españolas hasta la fecha. En 2024, observamos un crecimiento del 0,5% en la participación de esta categoría de visitantes.

Dentro de los visitantes asistentes a la feria, destaca la participación de algunas de las principales cadenas de moda como Baycrews o United Arrows, las principales cadenas de zapatería (Diana, Ikedaya, Cross Road o Washington), grandes almacenes como Isetan Mitsukoshi, Tobu o Tokyu. Así como grandes importadores de la talla de Itochu, Yagi Tsusho. La participación en la feria de visitantes tan importantes es posible en parte gracias a la colaboración con los distribuidores japoneses, apoyo altamente beneficioso para las empresas españolas en este mercado, así como la coincidencia en fechas con la celebración de feria de calzado y moda italiana y la feria de moda francesa en la zona cercana. Respecto a los expositores participantes, la mayoría de las empresas participantes cuentan con una extensa participación en *Shoes from Spain* (entre 4 y 8 ediciones para la mayoría de los expositores), siendo tan solo uno de los expositores novel.

El objetivo del ICEX, la OFECOME y el FICE es recuperar la participación de *Shoes From Spain* que se presenciaba antes de los dos años y medio de parón por el COVID-19, para futuras ediciones se han buscado alternativas que respondan a las necesidades de espacio, a fin de no limitar el número de expositores por este factor. Así mismo, la celebración simultánea en esta edición con otras ferias y en ubicaciones cercanas ha buscado fomentar sinergias de participación de visitantes provenientes de otras partes de Japón, quienes se desplazarán más fácilmente si tienen la posibilidad de asistir a varias ferias bien comunicadas entre sí.

Durante 2024 se ha recuperado la celebración de la edición *Shoes from Spain* otoño-invierno, la cual no había acontecido desde 2020. Usualmente, esta edición cuenta con una menor participación que la de verano, oscilando entre los 15 y 20 participantes. Considerando el importante impacto que ha tenido la pandemia en el sector del calzado y la exportación a Japón, la participación de 13 expositores durante la edición de 2024 se encuentra dentro de los varemos esperados para la edición de invierno. Se anticipa una mayor participación durante la próxima edición de verano, contando con un mayor número de expositores que en la presente edición y la edición de 2023.

GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES



Fuente: elaboración propia.

Cómo se ha visto en los datos de participación, la prensa especializada también da seguimiento al evento, siendo de especial interés este año para los medios presentes, la segunda edición de la feria sin restricciones debido al coronavirus y la primera edición de colección otoño-invierno desde 2020. Un total de 14 periodistas acudieron a la feria, en contraste con los 20 que asistieron en 2023. La prensa muestra una tendencia opuesta a la afluencia de visitantes, optando por acudir en la franja de horario 14:00-18:00 antes que en horario de mañana.

## 2.4. Participación

A continuación, se presentan las empresas participantes en esta edición, así como una descripción de su línea de producto y el segmento al que pertenece.

N.º	Marca	Segmento	Línea de producto
1	Art / El Naturalista	Mujer y hombre	Botas, botines, merceditas, <i>sneakers</i> , zapato casual
2	Toni Pons	Mujer, hombre e infantil	<i>Trendy, casual, comfort</i> , alpargatas, botas, <i>slippers, sneakers</i> y <i>katiuskas</i>
3	Wikers	Mujer	Sandalias, alpargatas, manolinas, zapatos de cuña, plataformas
4	Bertuchi	Mujer	Botines, botas, mocasines de piel
5	Castañer	Mujer y hombre	Botas, botines, manolinas, zapatos de tacón, alpargatas.
6	Glent Shoes	Hombre	Zapato casual, zapato de cordón, deportivos, <i>ankle boots</i> y mocasines
7	Unisa	Unisex y mujer	Botas de goma, merceditas, mocasines, botas mosqueteras, deportivas, botas, zapatos de salón.
8	Fluchos / Dorking	Mujer y hombre	<i>Confort shoes</i> , calzado de deporte <i>trendy</i> para mujer
9	Pons Quintana	Mujer	<i>Trendy, casual</i> , botines, botas plataforma, botas <i>cowboy, loafers</i> mocasines.
10	Macarena / Macarena Home	Mujer	Zapatillas de casa, botines, zuecos de madera, calzado con borreguillo, Slides.
11	Igor	Mujer, hombre e infantil	Botas de agua, botines de agua, zapatillas de casa
12	Marian	Mujer	Zapatos de tacón, botines y <i>loafers</i> .
13	Chie Mihara	Mujer	<i>Trendy oxford</i> , blucher, botas, botines y mocasines





### 3. Actividades de promoción

ICEX ha llevado a cabo diversas actividades de promoción con el objetivo de maximizar el impacto de la feria y captar al mayor número de visitantes posible, así como de lograr una buena presencia del evento y las empresas participantes en los medios de comunicación japoneses especializados.

#### 3.1. Promoción entre compradores

- Envío de dos invitaciones digitales a aproximadamente 28.000 profesionales del sector de moda. (18 de enero y 5 de febrero)
- Envío de invitación postal a 2.700 profesionales del sector de calzado y moda. El envío se programó para el 16 de enero de 2024.



#### 3.2. Promoción en medios de comunicación

- Inserción publicitaria en el periódico diario especializado en el negocio de moda *Senken* con una tirada de 200.000 ejemplares (9, 22 y 29 de enero 2024).



TOKYO\_FW24-25\_SPAIN SHOES \_ 7 - 8 February 2024 \_ CARATO 71 \_ shoesfromspain.jp

DATE & TIME \_ 2024年2月7日-8日 \_ 10:00-18:00  
ORGANIZERS \_ 株式会社イセカンパニー(イセカンパニー大塚駅前営業所/イセカンパニー靴工業部)ICEX

LOCATION \_ CARATO71 〒150-0035 東京都渋谷区猿乐町1-3-7(東横線猿乐町駅142F入口)

1507 1-3-7 Yamanote-cho, Shinjyuku-ku, Tokyo (The Entrance is 2F)

Shoes From Spain AW24へのお集まり方(QRコードを読み取り、必ず事前登録をお願いいたします。)  
https://forms.gle/KRGGP2vrigTteja6

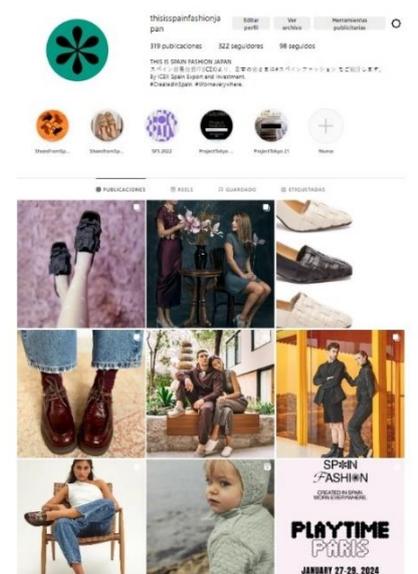


- Inserción publicitaria en *Fashion Snap*, portal especializado en moda dirigido a las tiendas especializadas y consumidores *fashionistas* con 22 millones de visitas *online* mensuales y 3,5 millones de seguidores en redes sociales. El post publicitario superó las 80.000 visitas. (24 de enero de 2024).



### 3.3. Promoción en plataformas digitales

- Publicación de diversos posts promocionando el evento y las marcas participantes en el perfil oficial de [Instagram](https://www.instagram.com/thisisspainfashionjapan) (@thisisspainfashionjapan).
- Actualización de la página web: <https://www.shoesfromspain.jp/>



### 3.4. Servicios durante la feria

- *Catering* compuesto de bebidas y snacks durante los dos días de exposición
- *Lunchbox* para los expositores durante ambos días de exposición.
- Asistencia del personal de la Ofecomes Tokio a disponibilidad de los expositores y compradores durante el montaje y la exposición.

- Estudio de mercado sobre el sector del calzado en Japón



# ICEX

## 4. Tendencias y novedades presentadas

En esta edición de *Shoes from Spain* se han exhibido las colecciones pertenecientes a la temporada otoño-invierno 2024. Como en años anteriores, el calzado orientado al público femenino ha sido el gran protagonista (seis de los trece expositores contaban también con calzado masculino, siendo uno de ellos especialista en el segmento).



Los botines y mocasines han sido las categorías con más representación. Particularmente destaca el zapato plano o de tacón bajo. La edición de otoño-invierno suele contar con una menor variedad en el tipo de calzado que la edición de verano. En contraste con lo habitual para la temporada otoño-invierno, las colecciones presentadas destacaban por una mayor presencia e intensidad en la variedad de colores. Se presentaron simultáneamente propuestas más tradicionales y habituales para la temporada, con

tonos neutros: marrones y negros (los tonos negros son los más habituales en el día a día del consumidor japonés) y colores más intensos (rojos, verdes e incluso rosas), especialmente en botines de tacón, y zapatos de salón. El zapato de hombre se mantiene en la línea tradicional, con tonos oscuros, mayoritariamente marrones y negros, prestando mayor atención al material y las texturas.

En cuanto a materiales, destaca la presencia de materiales naturales como el cuero y el pelo. Así mismo los materiales como el caucho, adaptado para la lluvia y enfocado en maximizar la comodidad del calzado, han contado con gran presencia, contemplando la adaptación del calzado español al consumidor japonés.



En contraste con la tendencia hasta el momento, la presencia de la moda athleisure ha sido muy minoritaria en comparación con otras ediciones. La tendencia se ha trasladado a una apuesta por el calzado de confort o *walkable shoe*, que busca aunar apariencia y comodidad.

La búsqueda de un zapato más a medida o una experiencia más artesanal también parece haberse incrementado. Como consecuencia de la paulatina desaparición de la clase media, el mercado se encuentra fuertemente polarizado entre el cliente de *lowcost*, quien presta atención mayoritariamente al precio y secundariamente a calidad, y el cliente de productos premium. - el cual



está dispuesto a pagar mayor cantidad de dinero si invierte en mayor calidad de producto. Así mismo, las empresas fabricantes también han despertado mayor interés entre el público, gracias a su mayor capacidad para adaptarse a las necesidades concretas del comprador y al mayor control de su propia cadena de valor.

Respecto a accesorios, su presencia ha sido muy minoritaria, principalmente enfocada en bolsos. Dentro de esta categoría, destaca el bolso peluche o de pelo, el cual goza ya actualmente de gran popularidad en el mercado japonés y se espera sea tendencia durante 2024 en otros mercados también.

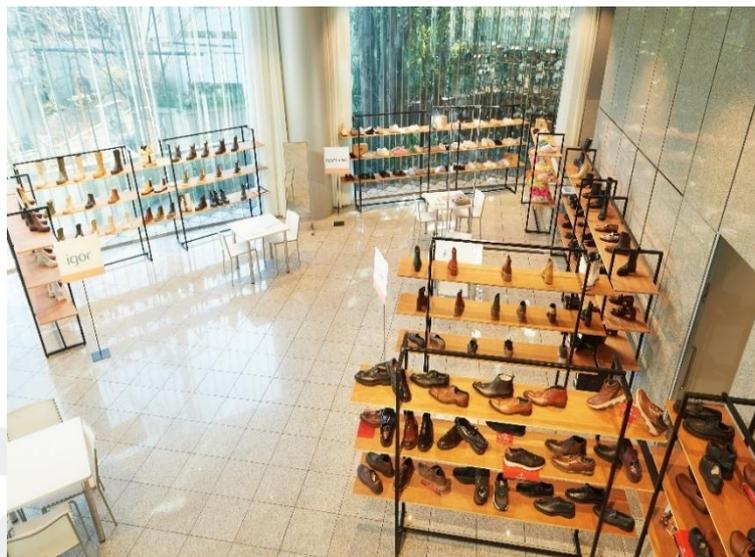
A grandes rasgos, las tendencias observadas para la temporada otoño-invierno 2024 se resumen en las siguientes:

1. Zapatos fáciles de combinar con ropa. Tonos neutros y tacones bajos de hasta 3 cm que permitan crear un *total look* con facilidad y ofrezcan múltiples posibilidades de combinación.
2. Mary Janes o zapatos planos tipo ballerinas. Este tipo de zapato gozaba ya de gran popularidad en el mercado japonés, pero su tendencia se ha incrementado gracias a la popularidad de este calzado en el mercado internacional durante 2023.
3. *Walkable shoe* o zapato de confort. *Loafers*, mocasines o zapatos que aúnen el confort con un aspecto más cuidado.
4. Mayor presencia de color. Zapatos más creativos y de color intenso como foco de atención dentro del conjunto. En especial destacan los tonos plateados.
5. Uso de materiales naturales en especial cuero y pelo.



## 5. Valoración

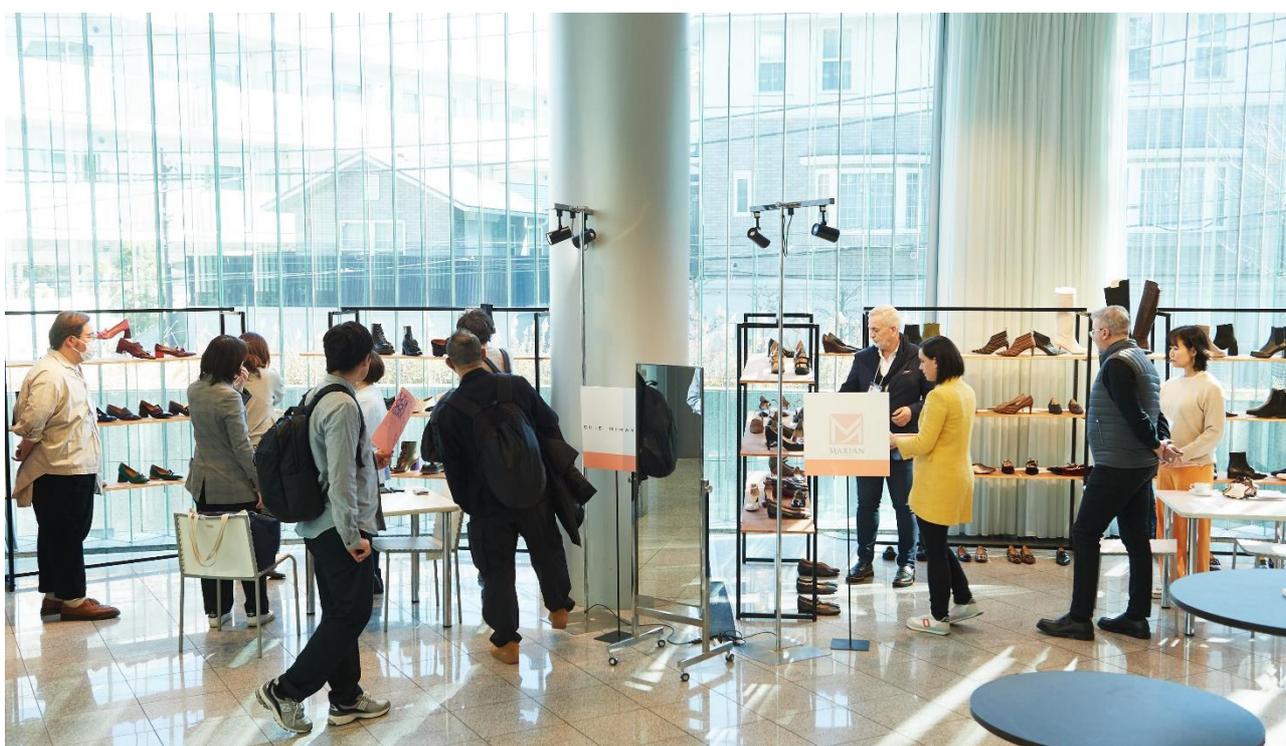
*Shoes from Spain* se ha consolidado en el mercado japonés como la exposición de referencia del calzado español. Los importadores y distribuidores expresaron su entusiasmo por la recuperación de la edición de otoño-invierno y la posibilidad de tener contacto directo con las muestras antes de realizar un pedido. Así mismo, tanto los expositores como los visitantes consideran de gran ayuda la temprana celebración de la feria con respecto al comienzo de la temporada, ya que otorga un considerable margen de maniobra para asistir a ferias, observar el mercado y conseguir pedidos en firme.



Es importante destacar el papel de España como uno de los principales países europeos productor y exportador de calzado al mundo, especialmente en lo que refiere al calzado de temporada primavera-verano. Nos encontramos en un momento clave para el calzado español en el mercado asiático. Las exportaciones españolas de calzado a Japón se han reducido un -32,96 % en los últimos 5 años (2019-2023). Esto se debe, por un lado, al impacto que la crisis provocada por la pandemia ha tenido en el sector del calzado y cuero español y, por otro, a que la recuperación iniciada por el sector en 2021 ha priorizado otros mercados que considera de mayor interés, como son los mercados europeos y Estados Unidos, donde se pudo viajar sin limitaciones mucho antes que a Japón. Pese a que las cifras en JPY indican una clara recuperación paulatina de las cifras de exportación, la fuerte devaluación del yen frena considerablemente la recuperación del mercado. No obstante, 2023 marca una evolución positiva alcanzando los 26,9 millones euros exportados al mercado nipón, una evolución del 6% con respecto al ejercicio anterior.

A parte de la vuelta a la normalidad en cuanto a restricciones, la mejora del sector se debe también al efecto que el tratado de libre comercio RCEP (*Agreement-Regional Comprehensive Economic Partnership*) pueda tener sobre las ventas de calzado español en la región de Asia-Pacífico. Dicho tratado, considerado el mayor de la historia, incluye a 15 países de la zona, que juntos suman casi un tercio del PIB mundial, un 28 % del comercio global y un 30 % de la población mundial. Además, la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Japón, del que el calzado español es beneficiario, abre la puerta al descenso de precios debido a la reducción paulatina de costes

arancelarios y se traduce en una clara oportunidad para el calzado español en el país nipón en los próximos años, destacando el calzado de cuero, importante para ambos países, y del que Japón hasta entonces ha sido bastante proteccionista en cuanto a su importación.



Tanto por su numerosa población como el poder adquisitivo de esta, Japón representa un mercado muy interesante para la internacionalización y afianzamiento de empresas españolas. No obstante, este mercado también se caracteriza por un alto nivel de exigencia y agresividad competitiva por parte de las marcas asentadas. El consumidor japonés busca constantemente nuevas tendencias y valora especialmente la calidad del calzado y el uso de buenos materiales. Esto convierte al país en un escaparate muy importante para el calzado español en Asia, dado que los países de la región ven a Japón como una referencia en diseño y calidad. Aquellas marcas que ofrezcan un producto de calidad con un buen precio serán las que puedan más fácilmente introducirse en este mercado. Además, los niveles de exigencia y estándares técnicos de Japón facilitan la entrada en otros mercados asiáticos, una vez se ha comenzado a exportar al país nipón. Asimismo, buscan zapatos en sintonía con la moda japonesa, que es mayoritariamente discreta y sencilla.

En el sector del calzado, la marca Europa goza de buena reputación en el archipiélago japonés. Sin embargo, la marca España no cuenta con una identidad fuerte por sí misma. Si bien la relación calidad-precio de la oferta de calzado español es superior a la de su principal competidor, Italia, este país goza de un mejor posicionamiento, especialmente en el segmento de calzado de lujo. No obstante, el calzado italiano está más encasillado en la figura clásica, formal, y más “tradicional” de lo que es el calzado europeo. Fuentes del sector señalan que la imagen del calzado procedente de

Italia no ha variado en los últimos treinta años, por lo que España juega con ventaja al ser capaz de ofrecer una imagen más versátil, contemporánea, y siempre manteniendo altos estándares de calidad. No debe olvidarse la gran aceptación del calzado español entre el público y los profesionales del sector en Japón, quienes aprecian enormemente los acabados y señalan que los productos de España son los que gozan de un diseño más vanguardista y original que los de sus socios europeos.

La presente edición de *Shoes from Spain*, muestra estabilidad y crecimiento progresivo en el número de visitantes con respecto a las anteriores ediciones postpandemia. El sector atraviesa una situación complicada que exige presencia local y persistencia para mantenerse en el mercado japonés. Los asistentes expresaron preocupación por la debilidad del yen, así como el creciente distanciamiento entre calzado low-cost y calzado de lujo (en cuyo segmento destaca claramente la competencia italiana), con una gama media cada vez más minoritaria. El consumidor japonés está siendo más cauteloso con su consumo en los últimos años, aunque el diseño y la calidad son factores que siguen primando, el punto de mira se encuentra en precio y calidad. Los compradores japoneses manifestaron interés por productos con buen diseño, pero a un precio asequible, teniendo en cuenta la situación débil en la que se encuentra el yen. Así mismo, los visitantes expresaron gran interés por contactar con un mayor número de empresas españolas del ofrecido en la edición actual por ello instamos a empresas españolas de calzado interesadas en el mercado japonés a participar en futuras ediciones.



Los expositores manifestaron cierta incertidumbre ante el número de visitantes y su interés en el sector del calzado español. Si bien el número de visitantes ha disminuido levemente con respecto a la pasada edición, la calidad e interés por parte de los compradores japoneses superó las expectativas de gran parte de los expositores. El cambio de ubicación ha recibido una considerable aceptación. Los expositores apreciaron la facilidad de acceso, la ausencia de paredes entre los stands y la sinergia de asistencia gracias a la cercanía con otras ferias. Si bien la disposición en diferentes plantas afectó más la afluencia y dinamismo de los visitantes que la disposición en planta única de ediciones pasadas. Los visitantes manifestaron una recepción positiva a la proximidad de celebración de *Shoes from Spain* con otras ferias simultáneas del sector.

Finalmente, los participantes expresaron su interés en realizar más actividades de promoción y en participar en ediciones futuras, contestando en las encuestas repartidas, «¿volvería a participar en nuevas ediciones de la feria?» con un 77 % de respuestas positivas.

icex

## 6. Anexos

### 6.1. Recomendaciones de participación

Japón supone un mercado muy interesante para las empresas de calzado español, pero conviene tener en cuenta su complejidad como objetivo de exportación, tanto la entrada como la consolidación en él requieren esfuerzo y paciencia. Los japoneses otorgan una gran importancia a la fidelidad en sus relaciones de negocios, por lo que entablar lazos comerciales sólidos y estables es fundamental si se pretende conseguir una buena relación a largo plazo. Así, *Shoes from Spain* destaca como una exposición importante para cualquier empresa española interesada en el mercado japonés, ya sea para abordar por primera vez el mercado o bien para aquellas empresas que cuentan con cierta actividad en el mismo y buscan reforzar sus relaciones con clientes actuales.

En el país nipón los consumidores valoran mucho la marca y origen de los productos, por lo que disponer de catálogos, tarjetas de visita en japonés (práctica habitual en el país nipón), contar con un video explicativo sobre el proceso de producción u ofrecer una demostración permitirá una mayor identificación con la marca y mayor comodidad a la hora de comprar el producto. Si la empresa expositora no cuenta con un *branding* fuerte y diseños muy distintivos, es importante presentar modelos acordes a las nuevas tendencias del país, e investigar cuánto han cambiado de un año para otro. El conocimiento de ciertas costumbres japonesas facilitará la creación y el afianzamiento de relaciones comerciales y ayudará a evitar posibles choques culturales. Algunos ejemplos de utilidad para el entorno de ferias y exposiciones son la entrega y recibimiento de tarjetas de visita con las dos manos en el momento de presentación, además de acompañarlo de una leve inclinación, evitar escribir en ellas o guardarlas inmediatamente. Así mismo, el respeto a estos matices culturales y el uso de expresiones sencillas detalles de bienvenida en japonés son símbolos del respeto, esfuerzo e interés por involucrarse en la cultura y costumbres del país nipón, detalles que serán bien recibidos por el cliente japonés y contribuirán a causar una buena impresión.

Las empresas japonesas tienden a evitar la toma de decisiones en una primera visita o toma de contacto. Así, si consideran que el producto puede encajar con lo que están buscando, es habitual realizar segunda visita (o tercera) en la que incluirán a sus superiores para evaluar detenidamente el producto de interés.

Finalmente, es importante tomar en consideración la relevancia de las redes sociales como canal de comunicación en el sector de la moda, especialmente las de carácter visual como es Instagram. Es altamente recomendable que las empresas tengan un perfil actualizado y activo que comunique efectivamente el estilo y los valores de la marca. También hay que tener en cuenta que el nivel alto de inglés no está todavía extendido, por lo que generalmente publicar posts en japonés también causará un mayor impacto tanto en los consumidores como posibles colaboradores.

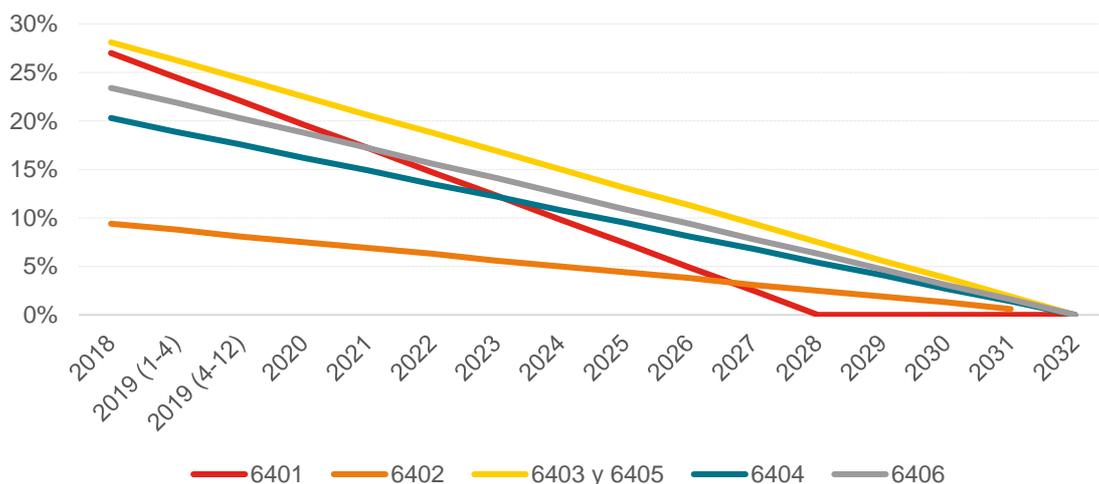
## 6.2. Acuerdo de libre comercio

El Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Japón entró en vigor en febrero de 2019. Este acuerdo supondrá la eliminación o reducción de cuotas, barreras arancelarias y técnicas en un gran número de productos para ambas partes. Las principales partidas arancelarias españolas por volumen de exportación a Japón son las siguientes:

- **6402.99:** calzado con suela y parte superiores de goma o plástico.
- **6403.59:** calzado con suelas de goma, plástico, cuero natural o sintético y partes superiores de cuero (zapatos, sandalias y zapatillas casa).
- **6403.91:** calzado con suelas de goma, plástico, cuero natural o sintético y partes superiores de cuero, que cubren el tobillo.
- **6403.99:** calzado con suelas exteriores o partes superiores de goma.
- **6404.19:** calzado con suelas exteriores de goma o plástico.

En el gráfico siguiente se muestra la reducción paulatina de los aranceles para las diferentes partidas de calzado español. Así, en un plazo establecido de 16 años se llegará a un arancel cero en todas ellas.

**GRÁFICO 5. PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE ARANCELES PARA LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DEL CALZADO ESPAÑOL**



Fuente: El mercado del calzado en Japón. Informe ICEX 2024.

### 6.3. Asociaciones de interés

Japan Leather and Leather Goods Industries Association (JLIA)	Japan Federation of Importers Organizations	Japan Business Federation (KEIDANREN)
1-12-13 Komagata, Taito-ku, Tokyo 111-0043 Teléfono: +81 3-3847-1451 Fax: +81 3-3847-1510 <a href="http://www.jlia.or.jp/index.php?pg=catalog_en">http://www.jlia.or.jp/index.php?pg=catalog_en</a>	Hougaku Bldg., 4F, 19-14 Toranomon 1-chome Minato-ku, Tokio 105-0001. Teléfono: (+81) 3-3581-9251 Fax: (+81) 3-3581-9217	Keidanren Kaikan, 1-3-2, Otemachi, Chiyoda-ku, Tokio 100-8188. Teléfono: (+81) 3-6741-0171 Fax: (+81) 3-6741-0301 <a href="mailto:webmaster@keidanren.or.jp">webmaster@keidanren.or.jp</a> <a href="http://www.keidanren.or.jp/en/">http://www.keidanren.or.jp/en/</a>
National Federation of Small Business Associations	Japan Tariff Association (headquarters)	
Zenchu – Zemmi Bldg., 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku Tokio 104-0033 Teléfono: (81) 3-3523-4901 Fax: (81) 3-3523-4909 Página web: <a href="http://www.chuokai.or.jp/en/index.htm">http://www.chuokai.or.jp/en/index.htm</a>	Nissenren Asahi Seimei Bldg. 6F, 3-4-2 Kanda-Surugadai, Chiyoda-ku, Tokio 101-0062 Teléfono: (+81) 3-6826-1430 Correo electrónico: <a href="mailto:info@kanzei.or.jp">info@kanzei.or.jp</a> Página web: <a href="http://www.kanzei.or.jp/english/">http://www.kanzei.or.jp/english/</a>	

### 6.4. Organismos españoles

Embajada de España	Oficina Económica y Comercial de España en Tokio	Cámara de Comercio de España en Japón
1-3-29, Roppongi, Tokio, 106-0032. Teléfono: (+81) 3-3583-8531/32/33 <a href="mailto:emb.tokio@maec.es">emb.tokio@maec.es</a> <a href="http://www.exteriores.gob.es/Embajada/s/TOKIO/es/Embajada/Paginas/Embajador.aspx">http://www.exteriores.gob.es/Embajada/s/TOKIO/es/Embajada/Paginas/Embajador.aspx</a>	3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku Tokio, 106-0032 Teléfono: (+81) 3-5575-0431 <a href="mailto:tokio@comercio.mineco.es">tokio@comercio.mineco.es</a> <a href="http://japon.oficinascomerciales.es">http://japon.oficinascomerciales.es</a>	3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokio, 106-0032. Teléfono: (+81) 03-3505-1730 <a href="mailto:moe.kato@spanishchamber.or.jp">moe.kato@spanishchamber.or.jp</a> <a href="http://spanishchamber.jp">http://spanishchamber.jp</a>
Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León (ICE)	Extenda	
3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku Tokio, 106-0032 Teléfono: (+81) 3-3505-0504 <a href="mailto:nessanse@jcyl.es">nessanse@jcyl.es</a>	1-3-29, Roppongi, Minato-ku Tokyo 106-0032, Japan Tel. +81 3 35 60 90 10 <a href="mailto:japon@extenda.es">japon@extenda.es</a> <a href="https://www.extenda.es/web/opencms/">https://www.extenda.es/web/opencms/</a>	

### 6.5. Organismos oficiales japoneses

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)	Ministry of Finance	Ministry of Health, Labour and Welfare	JETRO (Japan External Trade Organization)
1-3-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8901. Teléfono: (+81) 3-3501-1511  <a href="http://www.meti.go.jp/english/index.html">http://www.meti.go.jp/english/index.html</a>	3-1-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8940. Teléfono:(+81)-3-3581-4111  <a href="http://www.mof.go.jp/english/index.htm">http://www.mof.go.jp/english/index.htm</a>	1-2-2, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8916 Teléfono:(+81)03-5253-1111  <a href="http://www.mhlw.go.jp/english/">http://www.mhlw.go.jp/english/</a>	Ark Mori Building 6F, 12-32, Akasaka 1-chome Minato-ku, Tokio 107-6006. Teléfono: (+81) 3-3582-5511  <a href="https://www.jetro.go.jp/en">https://www.jetro.go.jp/en</a>

Japan Customs(Tokyo Customs Headquarters)	Statistics Bureau	Japan Fair Trade Commission	Tokyo Chamber of Commerce and Industry
<p>Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8940 Teléfono: (+81) 03-3529-0700 <a href="mailto:tyo-gyomu-sodankan@customs.go.jp">tyo-gyomu-sodankan@customs.go.jp</a> <a href="http://www.customs.go.jp/english/index.htm">http://www.customs.go.jp/english/index.htm</a></p>	<p>19-1, Wakamatsu-cho, Shinjuku-ku Tokyo 162-8668 Teléfono: (81) 3-5273-1132 Fax: (81) 3-5273-1133 <a href="mailto:toukeisoudan@soumu.go.jp">toukeisoudan@soumu.go.jp</a> <a href="http://www.stat.go.jp/english/">http://www.stat.go.jp/english/</a></p>	<p>1-1, Kasumigaseki 1-chome, Chiyoda-ku Tokyo 100-8987 Teléfono: (81) 3-3581-1998 <a href="http://www.iftc.go.jp/en/">http://www.iftc.go.jp/en/</a></p>	<p>2-2, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku Tokyo 100-0005 Teléfono: (+81) 3-3283-7500 <a href="mailto:kokusai@tokyo-cci.or.jp">kokusai@tokyo-cci.or.jp</a> <a href="http://www.tokyo-cci.or.jp/english/">http://www.tokyo-cci.or.jp/english/</a></p>
Osaka Chamber of Commerce and Industry	Manufactured Imports and Investment Promotion Organization (MIPRO)		
<p>2-8, Honmachi-Bashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029 Teléfono: (+81) 6-6944-6400 Fax: (+81) 6-6944-6293 <a href="http://www.osaka.cci.or.jp/e/">http://www.osaka.cci.or.jp/e/</a></p>	<p>World Import Mart Bldg., 6th fl., Sunshine City Complex, 1-3, Higashi-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku, Tokio 170-8630 Teléfono: (+81)3-3988-2791 <a href="mailto:info.mipro@mipro.or.jp">info.mipro@mipro.or.jp</a> <a href="http://www.mipro.or.jp/english/">http://www.mipro.or.jp/english/</a></p>		

## 6.6. Organismos europeos

European Business Council in Japan (EBC)	Delegation of the European Union to Japan
<p>Sanbancho POULA Bldg. 2F, 6-7 Sanbancho, Chiyoda-ku, Tokio 102-0075 <a href="mailto:ebcam@gol.com">ebcam@gol.com</a> <a href="http://www.ebc-jp.com">www.ebc-jp.com</a></p>	<p>4-6-28 Minami Azabu, Minato-ku, Tokio 106-0047 Teléfono: (+81) (3)-5422-6001 Centralita: 32-(2)-584-11-11 // Fax: (+81) (3)-5420-5544 <a href="mailto:delegation-japan@eeas.europa.eu">delegation-japan@eeas.europa.eu</a> <a href="http://www.euinjapan.jp/en/">http://www.euinjapan.jp/en/</a></p>

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones