## La palabra del año

finales de cada año, la Fundación del Español Urgente FundéuRAE suele elegir la palabra que mayor presencia y relevancia ha tenido en los medios de comunicación a lo largo de los últimos doce meses. En 2022 esta institución que propugna el buen uso del español seleccionó la expresión compleja «inteligencia artificial», debido «a la multitud de aplicaciones de esta tecnología: desde mantener conversaciones a escribir novelas», explicaron los responsables de FundéuRAE.

No cabe duda de que la inteligencia artificial ha sido una herramienta fundamental en los últimos años, vital para el desarrollo de algunos sectores. Su implantación en la industria del calzado también está muy extendida, aunque todavía, creemos, no ha explorado todas sus posibilidades. Sin embargo, si nos atenemos exclusivamente al mundo del zapato, se nos ocurren varias palabras que han sido más prominentes en las discusiones cotidianas dentro de la industria del calzado durante el pasado año. «Guerra», «sostenibilidad», «materias primas», «digitalización», «crecimiento», «relocalización», etcétera, fueron en 2022 palabras mucho más presentes en el día a día de nuestro sector.

Asimismo, si tuviéramos que hacer un ejercicio de anticipación y nos viésemos obligados a predecir qué vocablo o expresión elegiríamos como «palabra de año del calzado» en 2023, tampoco nos faltarían candidatas. Por ejemplo, «inflación» se postularía con fuerza para alzarse con este título. Aunque en España (+5,7 %) el índice de precios de consumo (IPC) parece más contenido gracias al tope al gas, en el resto de Europa este índice va camino de establecerse por encima del 10 %, sin muchos visos de relajación, al menos, en un futuro próximo. «Tercera guerra mundial» es otra colocación bastante recurrente en los últimos días. La escalada bélica internacional podría extenderse desde Ucrania al resto del mundo con dos bandos enconados y poco receptivos a los acuerdos. Por el momento, las marcas de calzado ya han perdido dos importantes mercados como son Rusia y Ucrania, pero la tensión de bloques amenaza con paralizar una economía globalizada refractaria a la inestabilidad. Otra palabra candidata, en un contexto favorable y libre de conflictos, sería «recuperación». Tres años después de la aparición de un nuevo coronavirus en Wuhan (China), la crisis de la covid-19 se intuye superada y los confinamientos ya son tan solo un recuerdo, incluso en el epicentro de la pandemia. Con China nuevamente abierta al mundo y el resto de países con una incidencia residual de la enfermedad, la tan cacareada nueva normalidad parece haberse instaurado al fin. En el sector del calzado, tanto las cifras de exportación (algo desvirtuadas por la elevada inflación) como las de producción y facturación indican que, si no se han igualado ya los niveles prepandémicos, estos deben de estar a punto de alcanzarse. Así, si se estabilizara el este de Europa y se emprendiera pronto la reconstrucción en la zona (y de las relaciones diplomáticas), las situación económica no tardaría en reactivarse y podríamos hablar en 2023 de una recuperación robusta y perdurable del sector del calzado.

Como vemos, la elección de la palabra del año del calzado de cara al 2023 estará muy disputada y dependerá más de la evolución económico-política internacional que del propio desempeño de la actividad zapatera. Hechos nuestros vaticinios, tan solo queda esperar doce meses para saber hasta qué punto hemos acertado. Con toda probabilidad, en nada; porque si algo es seguro en la actualidad es la impredecibilidad de nuestros tiempos, lo voluble de las tendencias precedentes y la inconsistencia de las certezas adquiridas. Hablamos dentro de un año.

La elección de la palabra del año del calzado de cara al 2023 estará muy disputada y dependerá más de la evolución económico-política internacional que del propio desempeño de la actividad zapatera.