

Columna: Calzado: Identidad y desarrollo

Autor: Ing. Ysmael López García, Presidente de CICEG

Número: 7

El Valor Agregado en el calzado de Guanajuato

“El que tiene bueno, vende fácil y cobra rápido”, frase acuñada por Don Ángel Vázquez Negrete, reconocido empresario de nuestro sector y expresidente municipal de León; y con la cual doy inicio a este tema que en la actualidad tiene un valor fundamental: La diferenciación de los productos en nuestra Industria.

El modelo de “Producir-Ganar” que fue muy rentable y adecuado en otros años, ahora se encuentra agotado. Cuando se compite con base al producto y proceso, es difícil diferenciarse de la competencia. Sin embargo cuando se integra el diseño, la moda y la innovación, basado en la identidad de una marca, permite que las empresas compitan en un marco de diferenciación. De esta forma pueden existir muchas empresas compitiendo no por precio, sino por marca, es decir, por características propias.

A esta estrategia le hemos dado una prioridad en la agenda de nuestra Cámara. La creación del departamento de Prospectamoda, está contribuyendo de manera muy importante en el desarrollo de nuestras empresas; al hacer del diseño un proceso formal, permanente y rentable, mediante el apoyo en la investigación, análisis y generación de nuevas colecciones en base a las tendencias de la moda internacional, sin perder su esencia mexicana.

De igual forma la integración del Consejo Moda México (MOME), el cual está conformado por la Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado (ANPIC), la Cámara de la Industria de la Curtiduría (CICUR) y la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), busca crear e impulsar el liderazgo de todas las empresas que forman parte de nuestra Cadena en donde los conceptos “moda y diseño” son entendidos como factores que determinan el éxito de una empresa. Además la reciente integración del Comité Mexicano de la Moda en el cual participan los sectores joyero, vestido, textil y zapatero tiene como objetivo alinear las tendencias para fabricar productos que sean complementarios, posicionando también una marca país.

Un elemento importante que también impulsamos en nuestra industria es la innovación y la tecnología aplicada en la producción de nuevos productos. En este sentido la labor que viene desempeñando el Centro de Innovación Aplicada en Tecnologías Competitivas (CIATEC) apoya la aplicación de proyectos de innovación tecnológica que da como resultado la fabricación de productos diferenciados. De la misma forma las universidades están apoyando a través de sus incubadoras proyectos relacionados con el sector calzado como la aplicación de la nanotecnología en suelas.

Hay dos claros ejemplos del impacto que tiene esta estrategia de diferenciación. El primero es SAPICA, exposición en la cual dos veces al año podemos apreciar la gran variedad de productos que generamos los empresarios para responder a las necesidades de un mercado cada vez más volátil y sobre todo exigente. Con la participación del diseño y las tendencias de la moda, fabricamos productos innovadores, apoyados de

manera importante por nuestra proveeduría con propuestas nuevas en tacones, suelas, color y textura de pieles y telas, herrajes, así como maquinaria y tecnología de punta.

El segundo ejemplo es el incremento del precio promedio del calzado que exportamos. Tan solo en el periodo enero-junio de este año el precio promedio fue de 21.45 dólares, un 26.6% más que en el mismo periodo del 2009 que fue de 16.93 dólares.

Es así que podemos observar que el camino más viable para generar mejores oportunidades de negocio es el de la diferenciación; por lo que debemos de fortalecer las áreas de nuestras empresas, dándole especial énfasis al desarrollo de producto y con ello, responder a las necesidades del mercado nacional e internacional, posicionando más y mejor la calidad del calzado mexicano en el mundo.

Ing. Ysmael López García
presidencia@ciceg.org