

Comunicado de Prensa

26 de octubre 2016

Oportunidades y Retos en el Mercado Americano

Peter Mangione, director de Global Footwear Pathership LLC, dictó la conferencia ***Calzado Mexicano: Oportunidades y Retos en el Mercado Americano***, ante afiliados a la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG).

El experto en la industria del calzado mundial mostró a los zapateros leoneses, presentes en el auditorio de Prospecta, un panorama general de los principales países fabricantes de calzado; así como sus ventajas y desventajas en relación a la producción, exportaciones e importaciones.

Mangione dijo que China es el principal productor de calzado y aunque el año pasado fabricó 13 mil 700 millones de pares, esta producción se ha estancado debido a:

- Aumento de los salarios
- Escases de mano de obra
- Envejecimiento de la población
- Disminución de la productividad
- Declive de las exportaciones
- Empresas estatales ineficientes y demasiado robustas.

De igual forma enfatizó que por las cuestiones antes mencionadas, China está perdiendo terreno frente a Vietnam.

Mostró los pros y contras para la fabricación de calzado en países como India, Vietnam, Brasil, Etiopia, Camboya, Bangladesh y México.

Con respecto a México dijo que sus ventajas en producción y exportación para el país del norte son:

- Amplia infraestructura para la manufactura de calzado y bota vaquera
- Buenos suministros de pieles curtidas localmente
- Tasa 0% de arancel

- Entrega rápida y resurtidos constantes

Como desventajas señaló que se tiene:

- Un elevado costo de la mano de obra,
- Problemas financieros en las empresas (no todas cuentan con gestión competitiva)
- Un gran segmento del sector son empresas demasiado pequeñas para cubrir las necesidades que requieren los compradores extranjeros.

Apuntó que Estados Unidos representa una gran oportunidad para México, ya que cada estadounidense consume 7 pares en promedio al año.

Finalmente Peter Mangione señaló los siguientes pre-requisitos para vender en el mercado Norteamericano:

- Precio
- Calidad
- Entregas justo a tiempo
- Capacidad de las fábricas
- Fabricas económicamente sólidas
- Empresas Socialmente Responsables.

Finalmente Peter Mangione sugirió a los zapateros que ya exportan, y a los que quieren seguir este camino, a continuar mejorando su calidad y productividad, a participar en las ferias comerciales para tener presencia y ganar nuevos clientes; pero sobre todo a realizar alianzas con marcas establecidas y minoristas de los Estados Unidos para poder colocar con mayor seguridad sus productos en el principal mercado exterior del calzado mexicano.