

El diseño y la moda impulsores de negocios

Una de las metas de nuestra industria y por la cual trabajamos todos los días, es la de posicionar nuestros productos en los principales y grandes aparadores del mundo.

Este esfuerzo lo hemos compartido con nuestros amigos los proveedores y curtidores con la generación del Sistema Moda Mexicana (MOME), mismo que busca profesionalizar los procesos de moda y diseño al interior de las empresas; así como el impulso de una marca país que permita fortalecer la imagen de la cadena cuero-proveeduría-calzado en los mercados internacionales.

Por ello, organizamos el Primer Congreso del Sistema Moda que se llevó a cabo en el auditorio de PROSPECTA, el cual fue el marco para la presentación del libro “El Sistema de la Moda. El ABC de una industria”, el cual es el resultado del trabajo documental de una metodología que ha evolucionado conforme a las exigencias de la industria de la moda, las tendencias de consumo y los nuevos modelos de negocio.

En este documento se destaca que el mercado y las prácticas de consumo han cambiado de manera acelerada en los últimos 10 años; por lo que debido a los avances tecnológicos en materia de comunicación y el desarrollo del marketing, las empresas que estaban acostumbradas a generar productos y buscar consumidores, ahora tienen consumidores que demandan productos específicos.

Además como parte del contenido de este Congreso, Jonnathan Salinas, CEO de IDENNTO, consultor y estratega experto en branding a todos los niveles; expuso el tema “Construyendo marcas inteligentes”. Salinas señaló que la marca es una representación visual del compromiso que el empresario tiene con su empresa y hacia sus clientes. Indicó que los pilares de una marca son la diferenciación, la relevancia, conocimiento y estima, que al sumarse dan como resultado una marca social y líder.

Marco Herrera, estratega innovador y analista experto en planeación estratégica, innovación y comunicación, fue otro los conferencistas con la ponencia “Innovación para el negocio de la moda. Cómo se construye un nuevo modelo de negocios en una industria establecida”. Este ponente mencionó que es importante entender la innovación aplicando nuevas ideas, productos, conceptos y servicios con la intención de que sean útiles para el incremento en la productividad de una empresa.

Puntualizó que los errores básicos que se pueden cometer en una empresa para innovar son comenzar sin una necesidad de negocio o mejora, nombrar un innovador, apostar a una sola idea, olvidarse de los clientes y seguir trabajando igual.

Y para cerrar este importante evento Miguel Angel Alva, Gerente de Marketing de Google México, nos compartió el tópico “El Marketing de la moda en la Era digital”; donde expuso que Google México busca que las empresas vayan desarrollando habilidades que les permitan incursionar con éxito en el mundo digital, y crear así un ecosistema que atienda a las Pymes, sabiendo la importancia que tienen para México y para el mundo. Se refirió al término “Digital”

como un mecanismo para abrir nuevas oportunidades para emprender o para iniciar un negocio y que se pueda hacer a través del internet.

Amigas y amigos empresarios, el objetivo de la metodología del Sistema Moda es desarrollar productos con el mínimo riesgo comercial y de negocios. Para lograr un producto apegado a las tendencias internacionales de diseño, es importante contar con un monitoreo constante de los escenarios donde la moda se genera, se comunica y se consume. La información oportuna en reportes de tendencias y producto terminado, acompaña las estrategias de nuestras empresas en favor de la gestión de la marca de nuestro producto.

Todos estos aspectos deben de ser tomados en cuenta para que al momento de configurar una colección de calzado, resulte en una propuesta equilibrada entre estética, utilidad y valor agregado; y con ello elementos como la moda y el diseño impulsen más el desarrollo de la competitividad de nuestra industria.

Ing. Ysmael López Garcia
presidencia@ciceg.org