

Zapateros conquistan Japón

“La confianza en sí mismo es el primer secreto del éxito”. Emerson (Poeta estadounidense)

Uno de los pilares del trabajo del actual Consejo Directivo de nuestra Cámara es la Internacionalización de la Industria. Para el objetivo que nos hemos planteado de incrementar nuestras exportaciones cada año, acción que afortunadamente se ha cumplido al llegar el año 2014 a la exportación de 26.6 millones de pares con un valor de 572.4 millones de dólares, contamos con el área de comercio exterior, la cual ofrece capacitación a los fabricantes para incursionar con mayores probabilidades de éxito en mercados internacionales, genera misiones comerciales y promueve la participación de empresas productoras de calzado en ferias internacionales.

Este 2015 se ha comenzado con la búsqueda de generar negocios con la participación de diversas empresas mexicanas, principalmente de la ciudad de León, en las ferias Expo Riva Schuh, realizada en Riva de Garda Italia, IFLS en Colombia, MICAM en Milán Italia, MAGIC en las Vegas Estados Unidos y del 1ro al 3 de abril en Tokyo Japón.

Y en esta última me quiero detener para compartirles la oportunidad que existe el mercado japonés para los empresarios mexicanos que tienen una actividad permanente de exportación. Japón es un país insular ubicado al este de Asia, su capital Tokyo es la mayor área metropolitana del mundo con más de 30 millones de habitantes. Japón es desde hace varias décadas una de las más importantes potencias económicas en el mundo, y en la actualidad es la tercera mayor economía de acuerdo a su PIB. Así mismo es el cuarto mayor exportador e importador de mercancías.

Este país asiático ocupa el séptimo lugar para la exportación de calzado mexicano ya que en el 2014 enviamos 360 mil pares; pero lo interesante es que ocupa el cuarto en valor al generarse negociaciones por 12.3 millones de dólares con un precio promedio por par de 34.32 dólares. Estas cifras nos indican que el mercado japonés representa una gran oportunidad, ya que el precio no es un factor de compra, lo son la calidad y el servicio.

En esta ocasión en la feria “World Fashion Tokyo”, la cual se llevó a cabo la semana pasada, participaron seis empresas: Altura Siete, Gosh, Messico, Lobosolo y Caborca. Paola Ramírez representante de la empresa Altura Siete que tiene 6 años de ser constituida, destacó que es la primera vez que asisten a esta feria por lo que tienen buenas expectativas de hacer negocios, ya que su calzado cumple con los estándares de calidad exigidos por los comercializadores nipones; y muestra de ello es que en su segundo día de participación ya tenían solicitudes de compradores de Taipéi (China) y de Tokyo.

Jaqueline Lozano ejecutiva de ventas internacionales de la empresa Messico que actualmente exporta a Estados Unidos y Canadá, nos compartió que buscan en el mercado japonés incrementar su actividad exportadora, ya que desde hace tres años que Messico abrió sus puertas se han dedicado exclusivamente a la exportación, por lo que consideran que tienen altas posibilidades de generar negocios.

Por parte de la marca Lobosolo, Susana Suárez responsable de negocios internacionales, señaló que esta es la segunda ocasión que participan en esta exposición, la primera vez fue en la pasada edición de octubre del 2014; y que su regreso es para darle seguimiento a los contactos que establecieron el año pasado.

De igual forma María de Lourdes Torres Medina, Directora General de Botas Caborca nos compartió que es la primera vez que su empresa expone en Japón, y que el motivo principal es que desde hace siete años tienen dos clientes japoneses, por lo que esta situación les dio la confianza para tomar la decisión de buscar más negocios en este mercado. Además nos confirmó que estarán participando en la próxima edición de octubre de esta feria.

Una de las marcas mexicanas que lleva ocho años de trabajo en Japón es Gosh, Cozzette Gutiérrez González, encargada de ventas internacionales, comentó que comenzaron con establecer todo un proceso de producción que cumpliera con las necesidades de este mercado tan exigente que busca como valor principal la calidad; y destacó que gracias a ello les ha permitido fortalecer los procesos productivos de su empresa para satisfacer mercados tan exigentes como este.

En resumen, las representantes de estas cinco empresas manifestaron que hacer negocios en Japón son esenciales tres elementos constancia, calidad y paciencia por lo que una gran satisfacción en saber que si se puede vender con marcas propias. Bajo esta experiencia es que nuevamente invitamos a nuestros afiliados a que nos permitan apoyarles para que puedan exportar y con ello impulsar el desarrollo de sus empresas; ya que cabe señalar que a partir del pasado primero de abril el comercio con Japón se abre más, lo que nos permitirá poder comercializar cualquier cantidad de calzado sin el pago de aranceles. La oportunidad está solo hay que decidirnos a tomarla.

Ing. Javier Plascencia Reyes
presidencia@ciceg.org