

Exportar como estrategia para crecer

La internacionalización de la industria es una de las estrategias más importantes del Consejo Directivo 2016 de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG). Es por esto que hemos focalizado diversos esfuerzos durante este año para fortalecer el posicionamiento del calzado mexicano, especialmente en los Estados Unidos, nuestro principal mercado para la exportación.

Para darnos una idea de la importancia de este país para nuestra industria, les comparto que el consumo anual de calzado de esta nación es de 2 mil 467 millones de pares lo que implica un consumo por persona de 7.5 pares al año. Datos de la Administración General de Aduanas (AGA) del gobierno federal mexicano, señalan que en el 2015 exportamos 20.9 millones de pares a los Estados Unidos, lo que representó el 76.17 por ciento de nuestras exportaciones totales que fueron de 27.4 millones de pares.

Ante la importancia de este mercado para nuestros productos, el pasado martes 25 de octubre llevamos a cabo en CICEG la conferencia “Calzado Mexicano: Oportunidades y Retos en el Mercado Americano”, por parte del experto en la comercialización del calzado en la Unión Americana, Peter Mangione.

En su intervención Mangione señaló que China, el principal productor de calzado que el año pasado fabricó 13 mil 700 millones de pares, ha estancado su producción debido a diversos factores, y destacó que este país asiático está perdiendo terreno frente a Vietnam. Mostró además las ventajas y desventajas para la fabricación de calzado en países como India, Vietnam, Brasil, Etiopía, Camboya, Bangladesh y México.

Ante este panorama, Peter destacó que México debe aprovechar e incrementar sus exportaciones en el mercado americano, ya que las ventajas en producción y exportación de nuestra industria hacia los Estados Unidos se basan en la amplia infraestructura para la manufactura de calzado y bota vaquera, se cuenta con buenos suministros de pieles curtidas localmente, una tasa 0% de arancel, entrega rápida y resurtidos constantes.

Sin embargo también indicó que como desventajas tenemos problemas con la proveeduría, tales como la presencia por encima del límite permitido, de sustancias restringidas en otras naciones; la falta de inversión en elementos esenciales para la exportación (muestras, apoyo al diseño, agentes de ventas, participación en ferias, etc.); además de que un gran número de empresas del sector calzado son demasiado pequeñas para cubrir las necesidades que requieren los compradores extranjeros.

Por otra parte Peter Mangione manifestó que los pre-requisitos para vender en el mercado Norteamericano son principalmente tener un buen precio, calidad, entregas justo a tiempo, capacidad de producción, fábricas económicamente sólidas y que sean empresas socialmente responsables.

Amigas y amigos empresarios, conferencias como esta, representan una gran oportunidad para obtener conocimiento que nos permita impulsar las exportaciones de calzado mexicano.

Debemos voltear nuestra mirada hacia el modelo de negocios de la exportación para que nuestras empresas crezcan. Recuerden que CICEG cuenta con programas y capacitaciones para que sus afiliados puedan iniciar, mantener y aumentar las exportaciones de calzado; por lo que los invito nuevamente a utilizar estos beneficios y así tener negocios fuertes. Cabe señalar que la presentación realizada por Peter Mangione está disponible para nuestros afiliados en la página de Prospecta: www.prospecta.mx

Finalmente agradezco el apoyo del Gobierno del Estado de Guanajuato, ya que debido a ello fue posible que Peter Mangione compartiera su conocimiento y sobre todo informara de las oportunidades y modelos de negocios para la venta de calzado mexicano en los Estados Unidos.

Ing. Javier Plascencia Reyes
presidencia@ciceg.org