

## **“Inclusivo Fashion Forum” conocimiento que fortalece la innovación**

Como parte de las acciones para impulsar la estrategia sobre la “Promoción del Conocimiento” que el Consejo Directivo de CICEG se ha planteado, el pasado jueves 11 y viernes 12 de mayo llevamos a cabo la segunda edición del foro “Inclusivo Fashion Forum” en el auditorio de Prospecta ubicado en las instalaciones de nuestra Cámara.

El objetivo de este evento fue dotar de herramientas para profesionalizar los procesos de moda y diseño al interior de las empresas fabricantes de calzado y marroquinería, al dar a conocer los avances en tendencias, diseño, moda, branding y comercio electrónico; elementos hoy en día esenciales para que los productos tengan éxito en el mercado.

Mario Méndez, experto consultor de moda, fue el encargado de abrir la serie de ponencias y manifestó que este tipo de eventos es muy importante para lograr que se tome el valor agregado de la moda y se proponga cada vez más el diseño como parte de la industria.

Durante su conferencia titulada “Routers PV 18” presentó los puntos principales de la temporada, agrupados en una ruta detallada con contenidos especiales que las empresas deben seguir para proponer moda desde sus productos; configurando una colección balanceada en 4 segmentos de consumo: Fashionista, Trendy Low Cost, Clásico y Práctico.

Posteriormente, Engel Fonseca, director general de la empresa Neurona Digital, en su conferencia “Construcción de marca en la era digital”, destacó que si no se mueven las emociones de los clientes con el nombre de tu marca, simplemente no se mueven las ventas del producto. Agregó que hoy en día crear ideas que den algo a cambio es importante para definir las cualidades que fortalecen la personalidad de la marca.

Respecto a los nuevos canales de comercialización, Marcos Penhos, experto en comercio digital, presentó “Comercio Electrónico para Marcas de Calzado”, en la cual señaló que 7 de cada 10 personas que tienen acceso a internet han realizado compras en línea, por lo que esto representa una gran oportunidad para las ventas de calzado.

Mencionó también las razones por las que la gente compra en e-commerce, entre las que se encuentran: ofrecer diversos métodos de pago, envíos gratis, entregas rápidas, meses sin intereses y atención al cliente vía telefónica o electrónica.

Eloísa Ojeda, catedrática de la UNAM expuso el tema “Cómo no Quedar Atrapado en la Vorágine de las Tendencias”, destacando que la moda es lo que genera la necesidad de producir diseño. Invitó a los asistentes a aprender analizar la información de las agencias de tendencias para aterrizarlas en la propuesta de nuestros productos.

Ya para el segundo día de Inclusivo Fashion Forum, abrió las conferencias Israel Aldana de la empresa CAYAB con el tema “Tendencias creativas para el pensamiento innovador”. Israel nos compartió que el diseño es una inversión para la empresa en diferentes escales. También nos dijo que cuando contratamos un diseñador, debemos recibir una solución y un diagnóstico con pensamiento estratégico; ya que vende más la imagen que el activo fijo.

Jacinta Lanz, representante de la empresa Brandia, presentó “Branding estratégico detrás de las grandes marcas” siendo muy puntual al decir que la marca es el activo más valioso de una empresa. Destacó que las grandes marcas cuentan historias para convertir a sus clientes en sus fanáticos; generando confianza que se construye a través del tiempo y la dedicación.

Respecto al tema fundamental de las ventas, en este foro presentamos “Vender no es pedir que te compren” a cargo de Jacob Pulido de la empresa Proyecto Moda quién señaló que para tener éxitos en las ventas debemos planear y tener claro nuestro modelo de negocio con objetivos alcanzables, y sobre todo establecer nuestra propuesta de valor.

Finalmente cerró este ciclo de conferencias Saúl López Silva, directivo de WGSN con su conferencia “Producto en aparadores Primavera-Verano 2017, dama, caballero y niño”, en la cual señaló que el estilo western sigue evolucionando de forma lujosa hacia la temporada primavera-verano 18. En el caso del calzado de caballero clásico con paneles y formas geométricas en contrastes de color continúan evolucionando.

Amiga y amigo empresario como podrás observar el conocimiento que se compartió en este Inclusivo Fashion Forum fue muy importante sobre temas que inciden en el desarrollo de nuestras empresas para generar más y mejores negocios. Te invitamos a aprovechar este tipo de eventos que durante el año realizamos en CICEG con el objetivo de que tengas un negocio fuerte y con desarrollo.

**Lic. Luis Gerardo González García**  
**Presidente de CICEG**  
[presidencia@ciceg.org](mailto:presidencia@ciceg.org)