

El futuro ya nos alcanza.

La Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) realiza diversas acciones en materia de inteligencia competitiva, las cuales buscan generar conocimiento para la toma de decisiones, que a su vez fortalezcan el desarrollo del sector calzado y marroquinería.

Es así que aprovecho la oportunidad para informarles respecto a los cambios que en los Estados Unidos de América se están realizando en el sector de comercio minorista, mejor conocido como "Retail", los cuales seguramente en el futuro se presentarán en nuestro país.

Actualmente en la Unión Americana, en medio de su recuperación económica, cientos de tiendas y centros comerciales están cerrando, siendo este 2017 un año muy difícil para el comercio minorista. Como muestra de lo anterior las bancarrotas y los cierres de tiendas se han acelerado.

Según una estimación que nos proporciona nuestro amigo Peter Mangione, consultor experto en la comercialización de calzado en los Estados Unidos, unas 8 mil tiendas minoristas cerrarán este año de más de 50 mil que hay en total en este país. Están cerrando tiendas como Macy's, Sears, K-mart, JC Penney, Sports Authority (que cerró todas sus tiendas este año); mientras que otras han buscado la protección judicial para reorganizarse como Payless Shoe Source, The Limited y otros más.

Además, este reporte señala que el mejor desempeño en el espacio de mercancía general lo tuvo Wal-Mart, que registró su undécimo aumento trimestral consecutivo de las ventas comparables, aunque solo en un 1.5 por ciento para el primer trimestre de 2017. Cabe señalar que este resultado, incluye un aumento de 63 por ciento en sus ventas por Internet, estableciéndose como el segundo sitio de internet más grande después de Amazon.

En la otra cara de esta realidad, Macy's el de peor desempeño en sus ventas comparables al caer 4.6 por ciento, mientras que Dillard's bajó un 4 por ciento, e incluso Nordstrom con un -0.8 a pesar de las fuertes ventas en su sitio web, el cual es muy respetado. Entre los competidores cara a cara de Wal-Mart, Kohl's fue el peor, con un descenso del 2.7 por ciento y Target cayó un 1.3 por ciento, ambos en base comparable para el primer trimestre.

Pero ¿Cuál es la razón de todo esto? Analistas en este país señalan que por una parte los consumidores americanos están comprando más cosas a través de internet. La explicación más simple de la desaparición de las tiendas es que Amazon está comiendo el mercado al por menor. Entre 2010 y el año pasado, las ventas de Amazon en América del Norte se quintuplicaron al pasar de \$16 mil millones a \$80 mil millones.

Además, las fáciles políticas de devolución de mercancía por parte de los clientes, han hecho de las compras en línea baratas, sencillas y libres de riesgo para los consumidores de prendas de vestir, que ahora es la mayor categoría de comercio electrónico.

Por otra parte, se ha manifestado también el crecimiento de “Mobile Shopping”, ya que hoy en día muchos consumidores pueden hacer toda su preparación de compra en línea, lo que significa menos movimiento en los centros comerciales y menos compras incidentales en tiendas adyacentes. Y finalmente se señala que también ha incidido en este fenómeno que en los Estados Unidos se construyeron demasiados centros comerciales; ya que hoy en día hay 1,200 en ese país, de manera que de seguir con la tendencia de cierre, en 10 años quedarían sólo 900. El número de centros comerciales en Estados Unidos creció más de dos veces, más rápido que la población entre 1970 y 2015, según los analistas de la empresa Cowen and Company; además tienen un 40 por ciento más de espacio comercial per cápita que Canadá, cinco veces más el Reino Unido y 10 veces más que Alemania.

Ante esta situación, es importante en México se lleven a cabo acciones, ya que seguramente este comportamiento en el vecino país se replicará eventualmente en nuestro mercado.

Es por todo lo anterior que a través del Estudio de Consumo de Calzado que realizamos en CICEG, el cual forma parte de los beneficios de nuestros afiliados al momento de integrarse a nuestra Cámara, analizamos tanto los canales de distribución del calzado en México; así como la participación en el mercado mexicano de los diferentes tipos de producto; para con ello facilitar la toma de decisiones en la producción y venta.

Este Estudio de Consumo, en su más reciente edición, nos reporta que en el 2007 el 41.32 por ciento de la población compraba calzado en zapaterías de calles y ahora lo hace sólo el 28.35 por ciento. Respecto a la compra en un centro comercial en el 2007 el 12.72 por ciento de los consumidores lo hacía en estos lugares; sin embargo hoy lo hace el 21.59 por ciento, contrastando con lo que está sucediendo en los Estados Unidos.

En lo que respecta a la venta de calzado por internet se ha tenido un incremento pero no que haga suponer que los mexicanos en el corto o mediano plazo modifiquen sus hábitos de consumo; ya que el Estudio de Consumo de Calzado reporta que en el 2007 el 0.01 por ciento y ahora el 0.32 por ciento. Sin embargo no hay que perder de vista que de acuerdo al “Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos”, elaborado por Prospecta, señala que en el 2016 existen en México 71.5 millones de internautas donde el 34 por ciento ha realizado una compra por medio del internet.

Amigas y amigos empresarios: “Cuando veas las barbas de tu vecino recortar, pon las tuyas a remar”, aunque pareciera que el fenómeno que se está generando en los Estados Unidos con el cierre de establecimientos, principalmente en los centros comerciales, nos debe de invitar a generar y en su caso fortalecer la venta del calzado y marroquinería mexicana a través de internet, actividad que en la actualidad no hemos explotado en todo su potencial.

Los canales de distribución están cambiando y la venta por internet representa una oportunidad para vender nuestros productos de manera directa al consumidor.

Lic. Luis Gerardo González García

Presidente de CICEG

presidencia@ciceg.org