

Guanajuato en el Congreso de Proveduría de Calzado de los Estados Unidos.

El fomento a las exportaciones de calzado y artículos de piel, es una de las prioridades que el Consejo Directivo de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) ha establecido en sus estrategias para impulsar a estos sectores productivos, los cuales son fundamentales en la contribución del desarrollo social y económico del Estado de Guanajuato.

Como parte de las acciones para lograr este objetivo, decidimos integrarnos como asociados a la Federación de Detallistas y Distribuidores de Calzado de los Estados Unidos (FDRA por sus siglas en inglés), para establecer una relación más directa y sobre todo permanente con las empresas comercializadoras de ese país, que nos permita encontrar oportunidades de negocios para los afiliados a nuestra Cámara empresarial.

Es por lo anterior que el pasado 25 de julio de este año, participamos como expositores, patrocinadores y en un panel del Congreso de Suministro de la FDRA en la ciudad de New York para promover las oportunidades de negocios que las grandes marcas internacionales de calzado, muchas de ellas de capital americano, pueden realizar con la industria del calzado mexicana, particularmente con la ubicada en el Estado de Guanajuato.

En la inauguración de este evento, Matt Priest, presidente de la FDRA presentó un panorama de la industria del calzado en los Estados Unidos, señalando que las importaciones de calzado quedaron prácticamente sin crecimiento en la última década, pero los aranceles promedio por par aumentaron nuevamente para alcanzar un nuevo record. Además, los aranceles para la importación de calzado en dicho país se mantienen por encima de los pagados por otras importaciones.

Respecto a la ventas de calzado por parte de las tiendas americanas, éstas subieron a un nivel máximo sin precedente este año, sin embargo la demanda de calzado se desaceleró y ha estado por debajo del crecimiento del gasto del consumidor durante 23 de los últimos 31 años.

Los empresarios americanos observan que la Administración Trump quiere impulsar la economía, particularmente en la manufactura doméstica, pero los cambios en la política económica podrían perjudicar a la industria del calzado y esa es su principal preocupación.

En una pasada editorial, les compartía que hay un problema de cierres de grandes tiendas en los Estados Unidos, principalmente por el efecto de la venta a través de internet. Sin embargo Matt nos compartió que aún cuando hay demasiadas tiendas en su país, no está muerto este modelo de negocio.

En las perspectivas que tiene la FDRA en la parte de los países líderes en la fabricación de calzado, se destaca que China que actualmente abastece el 73 por ciento del calzado consumido por Estados Unidos, para el 2021 China contribuirá con el 64 por ciento, incrementándose de manera importante las compras de productos originarios de Vietnam.

La marca “Wolverine” también participó en este evento, durante la exposición de su representante indicó que el nuevo escenario comercial, se da con un consumidor cambiante. De igual forma se señaló que la tecnología para el consumidor será un facilitador, resultando en un cambio muy radical en los modelos de negocio actuales.

Otro aspecto importante a visualizar es que los consumidores esperan descuentos. En un estudio realizado recientemente, el 70 por ciento de éstos espera rebajas de más de 30 por ciento en tiendas y a través de internet, el 33 por ciento espera que el 100 por ciento de las compras estén con descuento y el 45 por ciento esperan más del 40 por ciento de descuento. Por otra parte los consumidores están gastando en experiencias en lugar de comprar “cosas”, los consumidores tienen un enfoque de gasto “quiero/necesito ahora, compro ahora” y los consumidores están tardando más que nunca en realizar compras.

Nos compartía también que el clima de negocios actual está compuesto de equipos globales, productos más complejos, y nuevos requerimientos de los clientes para los mercados que evolucionan y emergen. Estos retos representan obstáculos para el desarrollo de un producto exitoso, la manufactura, el servicio eficiente para el speed to market y las ganancias.

Precisó que las compañías que tienen creación de productos digitales a través del diseño de calzado 3D y la impresión en 3D cambiaron el juego, y las empresas que están siguiendo este camino, les va muy bien a través de la innovación eficiente con el esquema del desarrollo de su marca por medio de la mercadotecnia.

Un aspecto muy importante es la automatización para generar fábricas rápidas, las cuales responden a la velocidad del consumidor ante su necesidad de inmediatez; reduciendo así costos y tiempos de espera, acción que ya se está realizando en Asia y el hemisferio occidental.

Continuando con las exposiciones de este Congreso de Suministro, el representante de la marca “Elan Polo” señaló que la información es clave y realizar inteligencia de mercado en tiendas, clientes, mercadeo, etc. También compartió que es posible que regresen algunos empleos manufactureros a Estados Unidos en procesos intensivos en capital y pagando salario mínimo. En el aspecto laboral es complicado conseguir, contratar y retener trabajadores como está sucediendo en México. Los clientes prefieren lo hecho en USA pero el precio sigue siendo el factor determinante y es clave el “Speed to Market” ya que bajó de 12 meses a 2 o 3 meses.

Finalmente mi amigo el empresario Santiago de Mucha Mendiola, vicepresidente de comercio exterior de CICEG, participó en el panel “Crecimiento fuera de China y Vietnam: Discusión sobre Sourcing, Cumplimiento y Cadenas de Suministro”, en el cual presentó las ventajas competitivas de fabricar las grandes marcas de calzado en México como lo son la flexibilidad en la producción, los tiempos de respuesta al estar relativamente cerca de los Estados Unidos y la calidad del calzado que actualmente se fabrica en Guanajuato.

Amigas y amigos empresarios, nuestra segunda participación en un evento de la FDRA, abre la oportunidad de que los comercializadores vengan a México a buscar proveedores. Es por ello que debemos estar atentos y responder con calidad y servicio a estas oportunidades. Recuerda que cuentas con los programas y servicios que tiene CICEG para fortalecer tu empresa y con ello inicies, mantengas o incrementes la exportación de tus productos, un modelo de negocio que sin duda impulsará más el desarrollo de la Industria del Calzado y la marroquinería.

Lic. Luis Gerardo González García

Presidente de CICEG

presidencia@ciceg.org