



Internacionalizar nuestras marcas, una estrategia para la Industria

Es un placer saludarlos nuevamente en este espacio. Hemos recorrido este 2018 con muchos desafíos y éstos han sido parte importante de estas líneas. Hoy nuestra industria del calzado tiene una infinidad de retos, los años venideros nos llevarán a evolucionar, a transformarnos y muchos empresarios, están motivados, iniciando proyectos y cambios alineados a esta visión: Convertirnos en Empresarios Globales. Este es el camino, por el cual el Consejo Directivo de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), está trabajando arduamente.

Una de las líneas de acción más importantes, ampliando nuestra visión de negocios, es precisamente la Internacionalización de la industria. Hoy es clave diversificarnos comercialmente y comenzar a reforzar esta estrategia de exportar nuestras marcas y productos. En CICEG se ha venido trabajando y fortaleciendo esta línea estratégica. De la mano con el Gobierno del Estado y la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior (COFOCE), hemos desarrollado programas, organizado ferias y misiones, compartido conocimiento, entre otras cosas, para impulsar a nuestros empresarios a buscar desarrollar oportunidades de negocio fuera de México, e iniciar o fortalecer su estrategia de internacionalizar.

Identificar las oportunidades comerciales en el mundo, para la oferta mexicana, es una de los más importantes pilares en nuestra estrategia de internacionalización. En los tres primeros meses de 2018, casi el 89% de nuestras exportaciones de calzado tiene como destino tres países: Estados Unidos, Singapur y Guatemala. Como le he mencionado en anteriores editoriales, las exportaciones mexicanas de calzado representan apenas el 10% de nuestra producción nacional, lo que equivale a unos 26 millones de pares. Por ello, los próximos años, para nuestra industria, una estrategia es para crecer es potencializar las exportaciones como un canal de distribución que equilibre la pérdida de mercado doméstico ante el incremento de las importaciones.

En este esfuerzo, por cuarto año consecutivo, como parte de una de las estrategias de promoción internacional consolidada, COFOCE, en coordinación de la ejecutiva Edith Vázquez Gutiérrez, y por parte de CICEG con el acompañamiento de nuestro Gerente de Comercio Exterior, el Lic. Daniel Sepulveda Curiel, realizamos una Misión Comercial Internacional a Centroamérica. Esta se llevó a cabo del 14 al 18 de mayo en Guatemala, El Salvador y Costa Rica.

Las empresas líderes de calzado como Giusto, Lobo Solo, Terapie y Morkas, viajaron a Centroamérica para promocionar su oferta exportable, consistente en variedades de productos tales como botas de piel para dama, calzado de piel en construcción opanka, calzado terapéutico y sandalia de dama.

El objetivo de esta misión, consistió en buscar incrementar las exportaciones mexicanas de calzado bajo el esquema de marca propia y maquila. Se generó, durante la planeación de esta misión, la coordinación de agendas con compradores potenciales de cada país, perfilando sus necesidades y orientando a las empresas mexicanas en ese tenor.

La similitud comercial entre México y las naciones centroamericanas, así como la facilidad logística entre México y esta región del mundo, convierte estos países en una excelente oportunidad de expansión, nos permite aprender y desarrollar acercamientos importantes con los compradores extranjeros, principalmente por la afinidad de diseños, propuesta de moda, precio competitivo y hábitos de compra del consumidor final.

Adicionalmente, con el Tratado de Libre Comercio vigente con Centroamérica, se identifican grandes ventajas competitivas del producto mexicano respecto a sus competidores directos que son China y Brasil. Por mencionar la parte logística, el costo de incrementables a la importación sin arancel que pagan las empresas centroamericanas, adicional al costo del producto, es de aproximadamente el 15%, mientras que de Brasil es del 50% y de China el 35%. Por otro lado, si calculamos el tiempo que toma llevar mercancías a Centroamérica, cuando es de origen México toma aproximadamente 10 días, mientras que de origen Brasil un mes y de China 60 días.

COFOCE y CICEG, en esta misión comercial internacional, enfocaron sus esfuerzos en visitar a más de 20 compradores potenciales, con oportunidades de ofertar el calzado mexicano en cadenas de zapaterías, mayoristas, distribuidores, especialistas en catálogos y tiendas departamentales.

Las empresas Guanajuatenses, realizaron visitas personalizadas a compradores, que permitieron desarrollar oportunidades y en algunos casos reforzar las relaciones con dichos compradores centroamericanos. Un resultado clave de esta misión es la evaluación de los compradores potenciales, en cuanto a la oferta mexicana de calzado, mencionando la alta calidad del calzado, los precios competitivos, la propuesta de moda y la alta competitividad en la producción de calzado de piel con confort, misma que está siendo bien valorada por los consumidores en Centroamérica.

Este esfuerzo global es una alternativa estratégica para nuestra industria. Trabajamos arduamente en fortalecer las relaciones comerciales y promover las marcas mexicanas en nuestro país vecino Estados Unidos, participando en ferias comerciales, exposiciones, eventos, y seguirá siendo clave para nosotros promover y ampliar el canal para empresarios mexicanos que quieren exportar; sin embargo, Centro y Sudamérica presentan también una alternativa para exportar con importantes ventajas competitivas, por un lado el lenguaje y la similitud cultural, que ayudan a crear relaciones comerciales. Por otro lado las ventajas logísticas y comerciales que tenemos para nuestra oferta de productos, aunado a la excelente percepción del consumidor centro y sudamericano, que ve en los productos mexicanos, confianza.

Reconocer estas oportunidades nos alienta para fortalecer esta línea estratégica de CICEG: Fomento a la Exportación.

Nuestro compromiso en CICEG, de la mano con instituciones como COFOCE y PROMEXICO, es convertirnos en aliados de nuestros empresarios. Debemos fortalecer nuestras marcas y áreas de servicio como Comercio Exterior, Shoes From Mexico y SAPICA e impulsarlos como potencializadores de atracción de compradores internacionales y como canales para posicionar la industria mexicana del calzado a nivel global. ¿Cómo lo haremos? sumando nuestro esfuerzo y talento en colaboración con el Gobierno federal, Estatal y Municipal aterrizando en proyectos y programas que fortalezcan la capacidad técnica y comercial de nuestras marcas mexicanas, en materia de exportación. Hoy trabajamos e integramos globalmente con las instituciones que fomentan la internacionalización, como es el caso COFOCE y PROMEXICO, con la visión de construir puentes y caminos, para todo aquel empresario que decida conquistar el mundo, en cuya visión, CICEG tiene la firme convicción de respaldarlo.

Lic. Luis Gerardo González García

Presidente de CICEG

presidencia@ciceg.org