



Las prácticas globales compartidas por la FDRA

Excelente semana para todos y agradezco como siempre, que me acompañes en estas líneas. Hoy quiero compartirte algunas ideas y reflexiones sobre la industria global del calzado. Algunos empresarios del calzado tuvieron la oportunidad de participar en el Footwear Sourcing and Innovation Summit (La Cumbre del Abastecimiento e Innovación del Calzado) organizado por la Footwear Distributors and Retailers of America –FDRA- (la Asociación de Distribuidores de Calzado y Detallistas de América), evento que se llevó a cabo en la ciudad de Nueva York el pasado 24 de Julio.

En la conferencia “Híper consumismo y su efecto en el desarrollo del calzado, la producción y la innovación de abastecimiento”, impartida por Andy Polk, se nos compartió la visión de la evolución de la industria, las diferentes experiencias de compra, qué es lo que hoy el consumidor está experimentando, y como se darán los cambios en ¿cómo hacemos llegar el producto al consumidor? Y ¿que servicios debemos implementar para competir? Nos compartió que una nueva tendencia de compras en internet será a través de comandos de voz, a través de un “asistente digital” llamado Echo Smart Speaker de Amazon, con quien el usuario podrá “charlar” y solicitarle un producto o servicio. Hoy, a través de este medio, las ventas en Estados Unidos son de 2 mil millones de dólares y se espera que para el 2022 las compras por voz sean de 40 mil millones de dólares. Una evolución de esta tecnología, ligado con inteligencia artificial, es Echo Look, una tecnología de voz que permite “observar” tu atuendo y validar, si estas combinado, si estas a la moda, entre otras cosas, generando en el consumidor un nivel de interés mayor por la moda, los productos y despertando la necesidad de “estar actualizado”, por supuesto incidiendo en el consumo. Una tendencia a tener un asistente personal de estilo y que seguramente estará conectado a diferentes opciones de compra online.

Las grandes empresas en EE.UU. están invirtiendo en desarrollo e innovación de productos, desde materiales, impresión 3D, interactividad digital, realidad aumentada, entre otros. prácticamente como laboratorios de investigación y esto hace sentido, por la evolución del consumidor y la necesidad, global, de implementar tecnología y diferenciación en nuestros productos y experiencias. Diseñar un calzado con una experiencia de uso en confort, resistencia, incluso buen look, quizá está lejos de lo que hoy podemos hacer con impresión 3D, que básicamente son productos en plástico con poco confort, pero será muy común para los fabricantes generar innovaciones y acelerar su nivel de asertividad con el uso de CADs (computer-aided design – diseño asistido por computadora) y CGI (Computer Generated imagery – Imágenes generadas por computadora), que hoy le permiten al fabricante evaluar un nuevo diseño, antes de producirlo en masa, permitiendo incluso interactuar con sus clientes, evaluar

materiales, texturas, colores, modelado, etc. Por cierto, todo esto, hoy lo puedes hacer en la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), en el Centro de Innovación y Diseño, donde además del diseño, modelado de productos de manera digital, también puedes imprimir prototipos, maquetas para suela, escalas, etc. y obtener toda la información digital, desde un catálogo de productos, un video 360 de tus diseños o los archivos digitales, para que tus proveedores, puedan replicar los insumos requeridos para tu colección. Esta tendencia del desarrollo digital de productos es global, y hoy está a tu alcance en CICEG.

“Desarrollo de la Transformación Digital en la Práctica: Diseño 3d, materiales digitales, realidad aumentada y realidad virtual” fue uno de los paneles del evento. Los expertos nos compartieron que la tendencia de la industria es la transformación digital desde procesos clave para el diseño y desarrollo de producto, como el modelado de producto en plataformas digitales, hasta la realidad aumentada en el retail. Algo que algunos de los speakers en el evento mencionaron fue la tendencia del Materials Exchange. Una plataforma digital de materiales, con los que se facilita el desarrollo digital para el diseño de productos, porque de esta manera, se conecta el diseño con la factibilidad de materiales existentes, dando un nivel mayor de asertividad al “producto virtual” respecto a la implementación en la manufactura y su cadena de suministro. No solo es cuestión de la velocidad que ofrece el diseño digital de calzado, sino de la efectividad en la implementación de nuevos productos, ya que el modelado 2D y 3D, ofrece por un lado, los patrones de modelado para máquinas de corte automatizado y por el otro lado, a través de la realidad virtual y aumentada, la posibilidad de acelerar la definición de nuevas colecciones en la interacción con los consumidores, ya sea a nivel B2B o B2C.

Es una realidad la evolución en los procesos de diseño con el uso de la tecnología, lo vemos implementado en las marcas globales; por supuesto que el reto de nuestra industria es adaptarnos a estas plataformas, desarrollar a nuestro talento humano, tanto en el área de diseño y desarrollo, como de las áreas comerciales, de manera que sea parte de nuestra propuesta de valor y nos permita ser competitivos en mercados internacionales, acércate y conoce más del Centro de Innovación y Diseño de CICEG.

Además, me dio gusto darme cuenta de las grandes oportunidades que, además de la evolución digital, ofrecen estas innovaciones en la industria del calzado. La conferencia “Diseño y desarrollo sustentable en el calzado” por parte de Joey Zwillinger y el panel de “Conocimientos y discusiones de abastecimiento que cubren materiales sostenibles para zapatos innovadores”, nos sensibilizó sobre una tendencia en crecimiento, la búsqueda de productos sustentables, productos que en su propuesta de valor, cuiden el ambiente. Con un desarrollo en sus materiales e insumos, con una conciencia ecológica. “Better shoes in a Better way” es la filosofía detrás de estos productos, que en su propuesta

de valor, buscan consumir menos recursos naturales, insumos sustentables, menos uso de agua, cero huella de carbono, etc. Y en nuestra industria hay una gran área de oportunidad para el desarrollo de materiales y productos para esta tendencia de consumo global; además de ser una oportunidad, en definitiva es una responsabilidad para todos. Nuestra industria debe migrar, en sus procesos y cadena, a hacer las cosas a favor del medio ambiente, a buscar la sustentabilidad. Ello implica adoptar nuevas prácticas en nuestras organizaciones, en nuestros procesos y en la búsqueda de ofrecer este valor a nuestros consumidores, de manera que brindemos productos, que además en el mercado global, tienen un mayor valor percibido por las nuevas generaciones de consumidores.

Otra oportunidad, sobre todo para los canales de distribución, es utilizar la tecnología para estrechar las relaciones con los consumidores, a través del servicio, de la cercanía. Esto complementa la digitalización del proceso de compra del consumidor, porque además las marcas deben buscar despertar emociones en éste. Hoy empresas como Best buy o Walmart están regresando a los servicios a domicilio, a un contacto más personal con el cliente. ¿Y en nuestra industria?, es verdad que las ventas minoristas en México siguen siendo el lugar preferido para la compra del calzado, por la experiencia de compra. ¿Cómo evolucionamos y generamos estas experiencias de nuestras marcas y nuestros consumidores?, ¿Qué pasaría si, en nuestras tiendas en línea, fuese un contacto humano quien te lleve el calzado, con opciones de tallas para que estés satisfecho con tu compra?, ¿Qué pasaría si el producto llegue a donde tú quieras, casa u oficina?, ¿Qué pasaría si en el diseño de experiencia, te aseguras de que sea persona a persona? En estas ideas, puede encontrarse la innovación. Te invito a que juntos las desarrollemos en CICEG.

Lic. Luis Gerardo González García

Presidente de CICEG

presidencia@ciceg.org