



¿En qué estamos enfocados?

Estimados lectores, un placer saludarnos nuevamente en este espacio y esta semana tengo muy buenas noticias que compartirles. Llevamos a cabo la segunda edición del Global Business Network, en el auditorio Roberto Plascencia Saldaña en las Instalaciones de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG). Nuestro objetivo principal fue generar un acercamiento entre fabricantes-proveedores y de esta manera buscar fortalecer la propuesta de valor de las marcas mexicanas, mejorar los insumos para la manufactura o la tecnología, con la finalidad de fortalecer y crear nuevas oportunidades comerciales que beneficien a las empresas que participaron en el evento.

Este encuentro de negocios al que fueron convocados fabricantes de calzado y marroquinería, así como proveedores de los mismos, fue organizado en conjunto con la Asociación de Empresas Proveedoras Industriales de México (APIMEX) y la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE) y el área de Comercio Exterior de CICEG. El enfoque principal es fortalecer la oferta e innovación para el calzado mexicano, pues entre los fabricantes reunidos se encuentran quienes destinan su producción a cubrir el mercado nacional, pero también asistieron aquellos que están enfocados al mercado de exportación.

La coordinación de APIMEX, COFOCE y CICEG fue clave para crear agendas estratégicas de negocio, puesto que previamente se analizaron las necesidades de las fábricas participantes y se comunicaron a los proveedores interesados. Las marcas comunicaron sus necesidades de proveeduría tanto de insumos como de servicios. Por comentar algunos ejemplos, tenemos que algunos de los productos que solicitaron son materiales ecológicos, textiles reciclados, innovación en suelas, platillas de alto confort, herrajes y demás accesorios que cumplan con la normatividad de sustancias restringidas, para los mercados internacionales.

El resultado de este evento fue muy positivo, para los organismos que participamos, pues en resumen se tuvieron 160 Encuentros de Negocios con una venta aproximada en el mediano plazo de 2 millones de pesos y más de 80 empresas beneficiadas. Para enriquecer este encuentro se tuvieron dos invitados especiales que compartieron sus conocimientos sobre la innovación, el futuro de la industria y los retos globales: Peter Mangione, ex presidente de Footwear Distributors and Retailers of América (FDRA) que habló sobre "Tendencias de Consumo de Proveeduría en Estados Unidos" y Saúl López Silva, representante de la WGSN quien habló sobre "Innovación y Tecnología en Materiales para Calzado y Marroquinería".

Este encuentro generó mucho conocimiento para la innovación de productos, por las tendencias de materiales que presentó Saúl López Silva, pero quiero en este espacio, desarrollar un par de ideas con la información que nos compartió Peter Mangione.

Peter Mangione, con respecto a México, dijo que nuestras ventajas en producción y exportación para el país del norte son: que tenemos una amplia infraestructura para la manufactura de calzado y bota vaquera, buenos suministros de pieles curtidas localmente, tasa 0% de arancel. Por otra parte, Mangione señaló como desventajas de nuestra industria ante Estados Unidos: la debilidad en la cadena de suministros, proceso de desarrollo de producto muy largo, problemas financieros en las empresas (no todas cuentan con gestión competitiva), un gran segmento del sector son empresas demasiado pequeñas para cubrir las necesidades que requieren los compradores extranjeros.

Apuntó que los productos tradicionales de cuero están perdiendo terreno por los estilos de vida de las nuevas generaciones como los Millenials y Generación X que prefieren la comodidad y el confort de calzado casual y deportivo, fabricado en gran parte de material textil. El ex presidente de la FDRA también señaló los siguientes pre-requisitos para vender en el mercado de EE.UU. son evidentemente la calidad, las entregas justo a tiempo, el contar con agentes de ventas, el desarrollo de mercados de nichos, el respaldo de capacidad de respuesta de las fábricas, el capital de trabajo: fabricas económicamente sólidas y empresas socialmente responsables.

Con todo lo anterior quiero destacar algunos puntos. En México tenemos una industria del calzado y de la marroquinería estructurada, con experiencia, con una geolocalización como ventaja competitiva y con el talento humano indicado para construir una oferta poderosa para conquistar el mundo. Pero por otro lado nos perciben con algunas debilidades en la cadena de suministros. A este respecto, vale la pena preguntarse ¿Qué hemos dejado de hacer para integrarnos de una manera más estratégica?, ¿Cómo nos sumamos entre las organizaciones y la iniciativa privada para fortalecer todo el sector?, ¿Qué tenemos que hacer para dejar de hacer esfuerzos individuales y comenzar verdaderamente a trabajar como un ecosistema? Esto lo comparto porque México tiene toda para triunfar. Es increíble que en muchas partes del mundo, México esté de moda. Me da mucho orgullo ver como las grandes marcas se inspiran en México, pero al mismo tiempo me pregunto ¿Qué nos falta para creémosla?, ¿Qué nos falta para trabajar en un modelo de negocio integral?

Creo sinceramente que nos falta reconocer la gran oportunidad que tenemos frente a nosotros. La evolución del consumo, del mercado, de la propuesta de valor de las marcas, de esta cuarta revolución industrial nos está orillando a reenfocarnos, a reconvertirnos y detenernos. Este escenario de cambios es exponencial y nuestra responsabilidad es replantear la visión, no de una empresa, sino de la industria y del camino que tenemos que forjar como nación y eso lo tenemos que hacer con un sentido de urgencia.

Creo sinceramente que en esta industria mexicana del calzado somos generadores de riqueza, de bienestar, creo que debemos ser los mismos mexicanos los que debemos apostarle al SUEÑO MEXICANO, y ese sueño es progresar. Los empresarios tenemos el compromiso social de generar empleos, empleos dignos y bien remunerados que abonen al desarrollo de las capacidades de los trabajadores y por ende de sus familias. Con tantos retos, no podemos seguir ahondando en las diferencias entre ricos y pobres, entre patronos y obreros, no podemos invertir nuestra energía en dividirnos. Debemos cambiar nuestro enfoque y reconocer que en esencia tenemos el mismo ADN, la diferencia solo son oportunidades y ahora debemos trabajar en generarlas. Concentrémonos en este enfoque, en el desarrollo de talento, en apoyar en el crecimiento de nuestros colaboradores, en el conocimiento, en la innovación, en la integración, en un enfoque al trabajo.

Este sector es testigo de grandes historias de éxito y todas ellas con un factor común: visión, esfuerzo, valor y constancia. Quiero decirte que CICEG estará enfocado en construir estos puentes con la academia, con los centros de investigación, con los organismos que conforman la cadena de valor, con las autoridades y en verdad, nos encantaría que te sumaras, primero, reenfocando tus energías en construir un futuro para tu negocio, porque así lograremos un futuro para nuestras familias.

Lic. Luis Gerado González García
Presidente de CICEG
presidente@ciceg.org