

¡Excelente semana para todos! Gracias por seguirme en estas líneas. La semana que recién concluye ha estado llena de eventos que me motivan y me convencen de que estamos en el camino correcto, para la transformación de esta industria mexicana del calzado.

Tuve la oportunidad de participar en la Asamblea General Ordinaria y elección del Consejo Directivo de la Cámara de la Industria Textil de Puebla y Tlaxcala (CITEX). Una industria altamente exportadora, con innovación, con gran interés de acercarse a nuestro sector y poder colaborar con nosotros. Tuve la oportunidad de participar en este evento, como Coordinador de la Cadena Productiva de la Moda, responsabilidad que me confiere el consejo directivo de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), que preside mi amigo Francisco Cervantes Díaz.



Confirmé que el camino es el correcto, porque la vinculación entre autoridades, centros de investigación, organismos empresariales e iniciativa privada en el sector textil-vestido, es una estrategia que nosotros estamos llevando a cabo en nuestro clúster. La visión de la Cadena de la Moda Mexicana es enfocarnos y promover la colaboración, la

integración y la inteligencia de negocios, que nos permita pensar de una manera distinta y romper los paradigmas. Estamos saliendo al mundo para conocer las mejores prácticas, la mejor tecnología y atraer al mejor talento. Todas estas líneas de acción deben originarse en las instituciones, organismos y empresas que conforman la cadena de la moda. Debemos pensar en construir mejores estrategias, buscando la rentabilidad, buscando nichos de mercados nacionales e internacionales e innovando en nuestros modelos de negocio, marcas y productos. Y por estas acciones, que hemos emprendido en el Consejo Directivo de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), agradezco a las autoridades, instituciones, organismos y empresarios que hoy nos apoyan para seguir avanzando.

Concentrémonos en unificar e integrar a los diferentes sectores productivos que conformamos la cadena de la moda mexicana que la conforman, tales como textil, vestido, calzado y marroquinería.

Centrémonos en fortalecer nuestra integración para defender el mercado nacional, hacer frente a las prácticas desleales como el contrabando técnico o subvaluación, las cuales mitigan la oferta nacional y permiten a los canales de distribución afectar de una manera más directa la rentabilidad del fabricante mexicano.

Todo esto conlleva un gran reto, porque debemos apostar por la diferenciación, por la construcción de marcas, por seducir al consumidor final. El mercado mexicano sin duda es global, no podemos negar que los consumidores han cambiado y somos los fabricantes los que debemos buscar incrementar la propuesta de valor de nuestras marcas, porque es el mercado nacional o internacional, quien decide.

Como ejemplo, les comento que hace poco, en una de nuestras empresas, adquirimos una máquina de última tecnología, con una gran inversión de capital. Un equipo que, sin duda, elevaría nuestra competitividad y productividad, de manera que ello fortaleciera nuestra estrategia de negocios. Pues bien, recibimos el equipo emocionados, lo instalamos y... ¡no funcionaba! Iniciamos pruebas, nos fallaba, la calidad no era la esperada, no daba el resultado prometido. Los técnicos no tenían idea. El equipo, estaba ahí, la inversión estaba ahí, el potencial estaba ahí. ¿sabes cuál era el problema? Las bombas del equipo SOLO ESTABAN MAL CONECTADAS. ¿Cuántas cosas tenemos en la industria mal conectadas solamente?

Te comparto esta anécdota, porque muchos de los ingredientes para lograr el éxito, la internacionalización, el crecimiento, los tenemos en nuestro sector. Tenemos productos diferenciados, tenemos manufacturas expertas y con alta calidad. Tengo el gusto de conocer a muchos de los más grandes empresarios de la industria del calzado mexicana y puedo decirte que hay mucha calidad, muchas buenas prácticas, mucho talento. Tenemos marcas que compiten a la par con marcas globales. Tenemos a los jugadores, pero falta alineación. Estoy seguro de que tenemos los mejores fabricantes de calzado, el mejor talento, pero no estamos alineados, no estamos trabajando colaborativamente, no estamos compartiendo los conocimientos. Necesitamos pensar en grande, necesitamos cambiar nuestra cultura, colaborar entre fábricas, hacer alianzas y cooperar, respetando nuestras fortalezas y diferenciación, pero ir y buscar en el mundo un pedazo más atractivo del pastel. Solo exportamos



26 millones de pares, en el mundo se consumen 23,000 millones de pares... ¡claro que hay oportunidad!

Creo sin temor a equivocarme, que estamos aprendiendo poco a poco a colaborar y generar ideas juntos. Este camino es altamente rentable y hablando de esto, debemos migrar nuestra cultura sobre concentrarnos en solo el producto y ver todo el sistema de nuestra empresa. La utilidad está en la rentabilidad de la inversión de nuestras empresas, no solo en el producto, definitivamente necesitamos un cambio de visión.



Esta transformación en la visión de los empresarios del sector es el camino por el que debemos apostar y sus grandes beneficios, que podemos observar en los casos de éxito globales. Decía Benjamín Franklin: “Invertir en conocimientos produce siempre los mejores beneficios”, y sin lugar a duda es uno de los combustibles para detonar esta evolución para la industria. En CICEG estamos buscando alinear, con un plan de transformación que tanto he

mencionado, a la industria. A conectar y alinear a las instituciones, academia, centros de investigación en una visión de futuro, porque tenemos todo el potencial para ser una industria exitosa.

La tendencia de competencia global, a la cual nos enfrentamos en el mercado, nos obliga a modificar nuestras estrategias, de lo tradicional a lo colaborativo, orientándolas hacia la generación de ventajas competitivas que nos permitan la internacionalización, el crecimiento y la generación de oportunidades de negocio. Nuestra vocación histórica es ser zapateros, con mucho orgullo, y estoy convencido de que las herramientas que nos permiten ser más competitivos, si bien deben estar sustentadas en el conocimiento, en la tecnología y la innovación, debemos primero estar dispuestos a cambiar nosotros mismos.