

Back Stage

L.G. Flórez (Acicam): “A los productores de calzado ilegal hay que prohibirles comercializar en Colombia”

El presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado analiza los retos que enfrenta el sector, tras dos hechos macroeconómicos que atravesaron el país el último año: el tratado de paz y la presidencia de Trump.

María Bertero
24 ene 2017 - 00:00



Luis Gustavo Flórez es el presidente de la **Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (Acicam)**. El sector se enfrenta a un año con grandes oportunidades tras la firma del tratado de paz y la victoria de Trump en Estados Unidos. Ambas circunstancias podrían potenciar favorablemente la industria colombiana del calzado, que actualmente exporta dos millones de pares al año.

Modaes

Pregunta: ¿Cómo ha evolucionado el sector del cuero y calzado en Colombia en la última década?

Respuesta: Hay un factor que ha impactado directamente en el tiempo al sector, que fueron las importaciones asiáticas a precios sumamente bajos, lo que fue un impedimento muy grande para lograr un mayor crecimiento del sector. Durante muchos años no hemos podido responder a esta problemática que otros países sí pudieron resolver. También en los últimos años hemos visto una depuración de las empresas informales, hoy en día contamos con 5.000 empresas formales, aproximadamente.

P.: ¿Cómo ha cerrado 2016?

R.: El año pasado crecimos solamente a un dígito. El sector del calzado estuvo fuertemente afectado por la importación de productos chinos a precios muy bajos. Esta situación ha creado un escenario de competencia desleal con la producción nacional, así como también con la producción de productos importados legalmente.

P.: El pasado noviembre se comenzó a implementar un arancel para el calzado ¿qué más puede hacer la industria colombiana para promover la producción nacional?

R.: Hay que reforzar fuertemente los controles aduaneros, sobre todo de productos provenientes de China y Panamá. Hay que exigirles a los importadores que sus artículos estén producidos en el país de origen, ya que las facturas se falsifican y hacerles imposible a los productores de calzado ilegal comercializar sus zapatos en Colombia.

P.: ¿Creen que para saltar este obstáculo hay que cerrar el comercio?

R.: De ninguna manera, estos aranceles del 35% se están aplicando para empresas que estén aplicando precios anormalmente bajos a sus artículos. Este arancel no se aplica al intercambio que tenemos con, por ejemplo, la Unión Europea, donde tenemos un acuerdo comercial respetable, donde no hemos encontrado una situación anormal o desleal.

P.: A nivel de consumo ¿qué momento vive el sector?

R.: El consumo es muy internacional, al igual que otros sectores de la economía, el cuero y el calzado es un sector muy abierto. En los últimos años, han entrado varias marcas internacionales importantes, que empujan a la industria nacional a competir con grandes marcas extranjeras. Hay alguna preferencia de comprar moda colombiana, pero el factor de calidad y precio también influye a la hora de elegir una marca.

P.: ¿En qué segmento se especializa el calzado colombiano?

R.: Es muy difícil especializarse en un segmento en particular. Tenemos cinco regiones con mucha diferenciación del mercado local, condicionada por la geografía y

Modaes

los climas del país. Se están haciendo esfuerzos de productos de marroquinería con la producción de bolsos, que son productos menos estacionalizados, así como también prendas de cuero como chaquetas y pantalones.

P.: ¿Qué otros retos tiene por delante la industria colombiana del cuero y el calzado?

R.: Mejorar su competitividad y productividad, para lo que hemos creado un Programa de Transformación Productiva, con el que lanzamos una serie de alianzas de cooperación con empresas colombianas para mejorar su productividad, tanto desde el nivel gerencial hasta de manufacturas. Otro reto que tenemos por delante es mejorar las exportaciones, ya que Venezuela y Ecuador fueron los principales compradores de calzado colombiano y con las recesiones de ambas economías, el destino del calzado colombiano se ha diversificado. Las exportaciones colombianas todavía son muy modestas, de aproximadamente dos millones de pares de calzado al año, por esto queremos desarrollar un programa con el apoyo de Procolombia para poder virar nuestras ventas a Estados Unidos y el resto de Latinoamérica. Recientemente se realizaron acuerdos de libre comercio con países de Centroamérica, donde se está abriendo nuevo mercado.

P.: Las medidas proteccionistas de Trump, ¿representan una oportunidad o una amenaza para el sector colombiano del calzado?

R.: Es difícil conocer qué medidas del nuevo presidente podrían afectar a nuestro sector. En general, la industria colombiana tiene en Estados Unidos un mercado muy importante, y viceversa. Las directrices indican que ambos países quisieran mantener esa relación, en donde ambos ganan.

P.: ¿Es atractivo el país para la inversión extranjera?

R.: Tras la firma del tratado de paz, muchas empresas han cambiado su mirada sobre la industria colombiana. Estados Unidos es un mercado muy importante de calzado, la mayor producción del país está en China, esta situación podría cambiar radicalmente ahora que Trump retiró al país del TPP. Esta situación podría beneficiar a Colombia y sería una oportunidad muy interesante, pero todavía es una situación especulativa.

P.: ¿Está el sector preparado para hacer frente a competidores tan fuertes en la región como Brasil y México?

R.: Una de las limitaciones de la industria colombiana son sus bajas economías de escalas: tenemos empresas mucho más pequeñas que las de México o Brasil. La producción en Colombia es de series cortas, por eso la estrategia del calzado colombiano apunta a nichos de mercado.

Modaes

P.: Colombia es fuerte en la producción y exportación de *jeanswear*, trajes de baño y moda íntima ¿hay espacio para que el calzado se potencie?

R.: Habrá espacio en medida que se estabilicen estas condiciones del mercado interno, tenemos mucho optimismo con las nuevas medidas que eviten que la competencia desleal, el lavado de activos y el contrabando directo, ya que representan el 40% del mercado colombiano del calzado.

P.: ¿Está profesionalizado el sector o hacen falta más programas educativos para dar el salto cualitativo?

R.: Hace falta más innovación, a pesar de que hay nichos de producto que están innovando en todas sus líneas de comercialización. Se estuvieron llevando a cabo distintos programas, por ejemplo, en ingeniería de calzado. También tenemos una buena colaboración con el Instituto Tecnológico de Calzado y Conexas (Inescop) de España, con los que estuvimos desarrollando capacitaciones en Colombia. También estamos trabajando con centros especializados en México y otros países de la región para poder mejorar los procesos de producción de calzado en cuanto a tecnología e innovación.

P.: ¿Puede el calzado colombiano competir por precios?

R.: En cuanto a la producción masiva no podemos competir con China, pero sí lo podemos hacer en moda. La industria colombiana sigue las tendencias en función a los ciclos de moda del hemisferio Norte. Tenemos empresas basadas en distintos climas de Colombia, por ejemplo Bogotá es un muy buen productor de botas de dama por las temperaturas de la ciudad, mientras que en Santander es muy fuerte la producción de sandalias. La geografía colombiana favorece un tipo de producción bastante múltiple, lo que China u otros países no pueden hacer.