
Modaes

Back Stage

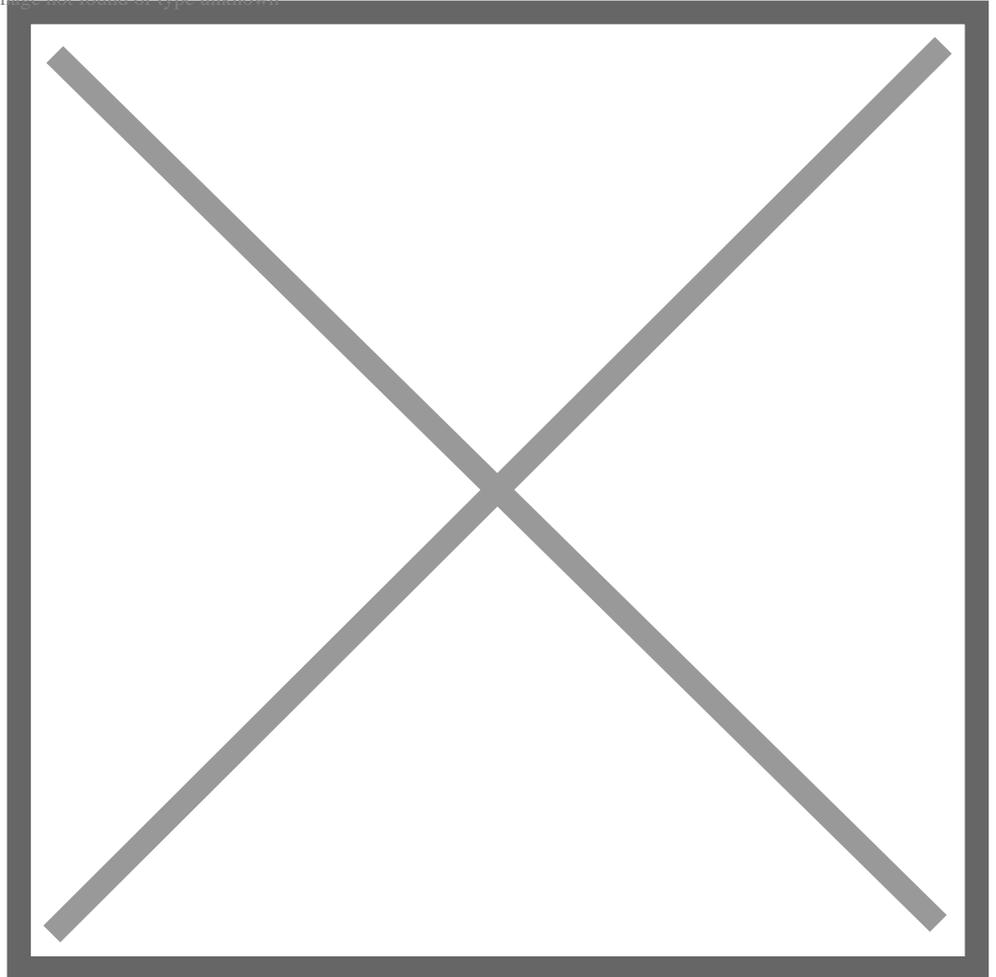
Luis Gerardo González García (Ciceg): “Ahora que podemos competir con China queremos llegar a Europa”

El nuevo presidente de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato confirma el interés que tiene el sector en atraer a marcas europeas a que comiencen a producir en México.

María Bertero
23 may 2017 - 00:00

Modaes

Image not found or type unknown



Luis Gerardo González García es el presidente de la **Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (Cicég)**, cargo que ocupa desde el pasado marzo. El directivo afirma que el calzado mexicano ya puede competir por precios con China y que el nuevo reto será fortalecer la relación comercial con Estados Unidos y atraer inversión europea para que marcas del Viejo Continente comiencen a producir en México.

Pregunta: Guanajuato es actualmente la capital mexicana del calzado y también uno de los mayores *hubs* productivos de Latinoamérica ¿qué ha llevado a la ciudad a tener esta característica?

Respuesta: Históricamente aquí se desarrolló la industria gracias a que conformamos

Modaes

un clúster de empresas proveedoras y de confección de materias primeras derivadas del cuero y la curtiduría. Al tener todas las empresas concentradas aquí pudimos crecer rápidamente, ya tenemos más de cien años de historia fabricando calzado en León, que en términos generales parece poco pero teniendo en cuenta la historia de México es una trayectoria importante en cuanto al sector de la industria.

P.: ¿Cómo evolucionó la producción del sector en los últimos años?

R.: La industria del calzado fue incorporando las mejores prácticas en cuanto a producción, contratamos socios de Oriente o Brasil para desarrollar la industria. En la Cámara contamos con un instituto que certifica a las empresas para poder llegar a un nivel más competitivo.

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

R.: El consumo de calzado ha ido creciendo en torno al 4% en los últimos años, con una producción de 255 millones de pares anuales, de los cuales se fabrican en Guanajuato el 70% que representan unos 175 millones de pares. Hubo un desarrollo muy importantes de marcas internacionales que se volcaron a producir en México, tenemos pocas marcas locales y poco a poco los consumidores están eligiendo las extranjeras por encima de las mexicanas, pero que son producidas aquí.

P.: ¿Cuáles son o qué origen tienen estas marcas?

R.: En México vivimos mucho la aspiración, por lo que las empresas extranjeras de renombre son las que ganan. Antes de la creación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Tlcan), no había tanto acceso a las marcas globales. Levi's, Caterpillar o Hush Puppies son algunas de las que se han desarrollaron en el país. Coloso o Flexi fueron las mexicanas que supieron posicionarse frente a las internacionales.

“En Guanajuato producimos anualmente 150 millones de pares de zapatos”

P.: ¿En qué sector se especializan?

R.: En este momento lo que más exportamos es el zapato de cuero. En cambio para abastecer el mercado nacional producimos todo tipo de calzado, ya sea femenino, infantil, deportivo o casual.

P.: ¿Cuál es el principal destino de las exportaciones de calzado?

Modaes

R.: Nuestra participación de calzado mexicano en Estados Unidos es de sólo el 1% del total de calzado que importan los estadounidenses. El resto lo exportamos a Centroamérica y pocos países de Sudamérica.

P.: ¿Cómo harán frente al problema comercial con Estados Unidos?

R.: El sector estuvo muy convulsionado, pero creo que ahora tenemos una oportunidad muy interesante porque nos hemos enfocado a abastecer el mercado interno. En este contexto vimos que el intercambio comercial en cuanto a calzado con Estados Unidos era muy bajo ya que nosotros tampoco importamos sus productos. Estamos trabajando de cerca con el Gobierno para poder fortalecer el comercio entre ambos países y poder llevar nuestras marcas a Estados Unidos.

“Somos un país muy atractivo para la inversión extranjera. Queremos tomar el ejemplo de la industria automotriz y que las empresas confíen en producir calzado en México”

P.: Una situación parecida ocurre en Brasil, que es otro gigante en cuanto a la producción de calzado pero que abastece principalmente su mercado interno ¿cómo se posiciona México frente a este competidor?

R.: Nos ha costado mucho trabajo entrar en el mercado brasileño ya que son muy fuertes. A pesar de la crisis, no vamos a enfocar nuestros esfuerzos en entrar en Brasil porque tenemos ahora otras prioridades como Estados Unidos, Canadá, Centroamérica y Colombia.

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

R.: Con lo que se ha ido encareciendo la producción en China nos sentimos ahora más cercanos a poder competir con ellos, pero no tenemos un plan formal para poder comercializar fuera de América, especialmente en Europa, que es donde nos interesa entrar.

P.: ¿Qué países en concreto miran?

R.: España, por el idioma, y por interés y cercanía Portugal, Francia, Alemania o Reino Unido. Inditex está produciendo actualmente en México para luego vender los productos en distintos países del mundo.

P.: ¿Qué necesita entonces el sector para dar el salto cualitativo?

R.: Nuestros fabricantes ya nos están pidiendo que hagamos un estudio de viabilidad del mercado en Europa, con tiempos de entrega, precios y tratados que existen con

Modaes

ciertos países.

Contamos con la asesoría en diseño de un despacho italiano, Matori, donde buscamos asesoría para llevar a cabo nuestro proyecto de expansión en el Viejo Continente.

P.: ¿Cómo ha cambiado la cadena de producción en los últimos años? ¿Hace falta incorporar más tecnología?

R.: Tenemos empresas que son muy productivas a grandes a escalas pero también tenemos buen margen en calidad artesanal, lo que nos da un buen mix de productos. A Europa queremos ir con un grupo selecto de empresas para poder incursionar con el producto mexicano en el continente.

P.: ¿Es atractivo México para que las empresas internacionales lleven maquinaria o concentren su producción en el país?

R.: Sí claro, somos un país muy abierto. Por ejemplo, nos hemos convertido en uno de los principales productores de automóvil de todo el mundo y esto fue gracias a que muchas empresas extranjeras apostaron por México. Queremos tomar este ejemplo para poder atraer más inversión en el sector del calzado e invitamos a empresas europeas a que produzcan en México de la misma manera en que las automotrices confiaron en el país.