

Introducen a México un millón de zapatos (Reforma 28/03/11)

Introducen a México un millón de zapatos (Reforma 28/03/11) Diego Cándago, presidente de Dicanco, halló un nicho de mercado en la importación de calzado en segmentos que no están protegidos. Foto: Juan Manuel Valdivia Hace 10 años, el grupo comenzó a traer un par de líneas; actualmente maneja 24 marcas, a través de tiendas departamentales y propias Ulises Díaz Ciudad de México (28 marzo 2011).- Importar y comercializar zapatos en un mercado como el mexicano, que está sumamente protegido por aranceles y barreras comerciales, resulta una proeza, pero Dicanco, comercializadora mexicana, introduce cada año un millón de pares. La empresa, que este año cumple su décimo aniversario, encontró que por estas mismas dificultades de importación, el mercado de zapatos ofrecía un nicho de oportunidad considerable en las líneas de marca, así que decidió aprovecharlo, cuenta Diego Cándago, presidente de la compañía. "Dicanco inició con la finalidad de ofrecer a los clientes una nueva opción en la compra de zapatos, nuestra idea era tener un portafolio de marcas que pudiera cubrir todos los segmentos posibles: atlético, atlético casual, moda y alta moda", dijo el empresario. Así, el grupo comenzó en 2001 a traer un par de líneas y, para este año, ya maneja 24 a través de tiendas departamentales, como Palacio de Hierro, Martí o Liverpool, y a través de tiendas propias, con cinco tipos diferentes según el mercado. "La columna vertebral del negocio son las departamentales, pero para tener un mayor escaparate a nuestros productos decidimos iniciar una división propia de retail, que comenzó en 2005, y sirvió para colocar una oferta menos limitada que de la que se puede hacer en una tienda departamental", precisó Cándago. Para la empresa, la logística de importar zapatos se ha ido perfeccionando en términos de no tener actualmente ya ninguna dificultad para traer producto, sea porque conocen perfectamente las regulaciones o porque pueden exentar los pagos de medidas adicionales. "Es más fácil importar un elefante a México que zapatos, pero lo que nosotros hemos hecho es especializarnos en seguir las regulaciones, como el mayor control que existe es para los productos de precio bajo y nosotros nos hemos especializado en un rango más elevado, que está encima del precio de referencia de la regulación antidumping y sólo se paga el arancel correspondiente", indicó. Otra manera que encontró la marca para poder tener una proveeduría adecuada fue lograr cierta fabricación nacional, ya que convencieron a Steve Madden, empresa estadounidense, de mudar producción al País, por lo que actualmente Dicanco está maquilando en fábricas de Guanajuato y Jalisco 2 millones 500 mil pares, tanto para surtir al mercado nacional como para exportar. Este 2011, además del aniversario, Dicanco firmó la extensión del contrato con Madden para distribuir su línea de productos por otros 10 años, además que ingresarán las marcas Vince Camuto, Betsey Johnson y Superga y abrirán 10 tiendas nuevas en Santa Fe, Puebla y Cancún, entre otras ciudad.