

Entrevista a: **Laura Sánchez**, gerente de Cowest Jeans & Jackets España

«Apostar por el producto hecho en España y observar a la competencia internacional son factores clave para salir al exterior»

Laura Sánchez es licenciada en Administración de Empresas y Marketing por la Universidad Metropolitana de Manchester, y posee un máster en Comercio Internacional por la Universidad de Castilla La Mancha. En 2010 tomó las riendas del negocio familiar, Pantalón Cowest, S.L., cuyo nombre comercial es Cowest Jeans & Jackets España, y desde entonces está apostando una creciente internacionalización de la empresa.



Laura Sánchez
Gerente de Cowest Jeans & Jackets España

Ana Domínguez

Cowest Jeans & Jackets España es una empresa textil albaceteña, que desde hace más de treinta años fabrica pantalones, *jeans*, cazadoras, faldas y otros artículos de moda *denim* exclusivamente *made in Spain*. Es una empresa orgullosa de sus orígenes que comercializa sus diseños en boutiques y tiendas multimarca de toda la geografía española, y que también se está haciendo hueco en el mercado europeo.

¿Qué llevó a Cowest a entrar en nuevos mercados y vender sus diseños en boutiques fuera de España?

Fueron fundamentalmente dos las razones por las que comenzamos a vender en otros mercados. Por

un lado, la caída de la demanda en el mercado interno y, por otro, como excepción del anterior, el incremento de las ventas en territorio insular español, que nos llevó a estudiar con detenimiento su origen: los turistas europeos habían comenzado a consumir Cowest.

¿Cómo fueron sus inicios en el ámbito internacional y cuáles considera que son aspectos clave para una internacionalización exitosa?

Las primeras «pruebas» fuera de España se realizaron hace bastantes años, cuando yo todavía era una niña. La inexperiencia de mis padres, fundadores de la empresa, hizo que esas pruebas iniciales se quedasen en un mero intento. Se hicieron

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Exceso coche cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le olviden los impuestos
- 3. Libre el máximo de kilómetros
- 4. Defensa del tipo de cambio
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



varias operaciones en Alemania, pero Cowest nunca llegó a consolidarse como marca en ese país y pronto la escasa presencia desapareció, disipándose los esfuerzos invertidos.

Esa experiencia, sin embargo, hizo que mi punto de mira se centrara en la realización de estudios post-universitarios, especializándome en el comercio internacional.

Es cierto que a la moda textil es muy complicado darle valores extra en otros países, por la gran oferta que existe, pero al dar a conocer los buenos valores de nuestra empresa, esa labor resulta más sencilla.

¿Cuáles han sido los principales obstáculos a superar en el proceso de internacionalización de su empresa?

Además de lo comentado anteriormente, una de las trabas, con incidencia muy significativa, ha sido el idioma, aunque parezca mentira. Los pequeños comercios necesitan a alguna persona de contacto en fábrica con quien hablar de manera fluida. Así, es imprescindible que alguien de la empresa pueda comunicarse incluso en el mismo «dialecto» de la región del cliente, para hacer que se sienta «como en casa».

En la prospección y acceso a nuevos mercados, ¿han recurrido al apoyo de algún organismo de promoción exterior (ICEX, IPEX, Cámaras de Comercio u otro)?

En realidad, todos los esfuerzos y resultados productivos han sido alcanzados por nuestro propio mérito. En alguna ocasión hemos asistido a ferias o misiones comerciales, pero esas acciones no se tradujeron en resultados concretos hasta la fecha de hoy.

¿Qué importancia ha tenido para Cowest la identificación de socios o colaboradores en el exterior para desarrollar su estrategia de expansión internacional?

Contar con colaboradores en el exterior es fundamental. Además, es muy importante que esos colaboradores conozcan perfectamente cómo es Cowest y que ofrecemos algo más que pantalones, en el sentido del valor. Para mí, esa es la clave principal del éxito.

En París, una de las capitales mundiales de la moda, es posible encontrar desde hace algunos años los modelos de Cowest. ¿Qué otros lugares desea conquistar la marca en un futuro cercano?

Estamos haciendo prospecciones en Italia y otros países europeos. Según estudios recientes del sector, los países que más demandan productos españoles son Francia e Italia. En el caso de Francia, ya tenemos prácticamente controlado el mercado, a falta de alguna zona menos extensa, pero Italia es ahora uno de nuestros mercados objetivo.

¿Qué relevancia tiene el negocio internacional para su empresa?

Preveamos que el próximo año ya podremos considerar el ámbito exterior como una parte muy importante de nuestro negocio. Si bien es cierto que en España han tenido una gran acogida nuestras colecciones del próximo verano, el incremento de ventas en el exterior se multiplica por momentos.

¿En la estrategia de internacionalización de Cowest cuán importante es la innovación en diseños?

La innovación ha de estar necesariamente integrada en la estrategia empresarial, independientemente de dónde vendas. En Cowest siempre nos ha gustado escuchar las sugerencias de nuestros clientes, puesto que son los que están en contacto con el consumidor final y los que deciden qué compran y por qué.

¿Cómo valora la imagen de marca España y su percepción en el exterior? En el caso de Cowest y

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coste cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le finiquite
- 3. Libre el máximo de kilómetros
- 4. Defensa del tipo de cambio
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



su sector, ¿considera que esta imagen España puede favorecer la expansión internacional empresarial?

En mi opinión, afortunadamente tenemos una imagen cada día mejor fuera de España, gracias a los magníficos diseñadores de alta costura que ponen el listón muy alto en pasarelas internacionales de la moda. Este es un aspecto muy positivo para las marcas de *retail* españolas que buscamos nuevos mercados en el exterior.

¿Cuáles son los principales retos a los que han de hacer frente las empresas del sector textil en el ámbito internacional?

En primer lugar, la imagen de la firma es esencial como llave para iniciar negociaciones con un futuro cliente que no te conoce de nada.

La competencia se reduce cuando se ofrece un producto que cubra todas las necesidades del cliente, pudiendo establecerse la siguiente relación: garantía de producto + garantía de empresa = garantía de éxito. En este sentido, los clientes europeos están mucho más concienciados del tipo de producto que tienen que vender.

¿Qué sugerencias podría trasladar a otras empresas que desean salir al exterior?

Apostar por el producto hecho en España: nosotros mismos debemos ser los mejores embajadores de nuestros productos. Y la observación: creo que observar las acciones de tu competencia en el exterior es el mejor sistema de situar la dirección del camino correcto ::

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coche cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le olviden los impuestos
- 3. Libere el máximo de ventajas fiscales
- 4. Dóndese del pago cuando quiera
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

