

EL SECTOR DE CONFECCIONES EN LA COSTA CARIBE COLOMBIANA Y SU COMPETITIVIDAD DENTRO DEL FUTURO TEXTIL ¹

Por: Erick Jassir Ufre ²

RESUMEN: Analizar la situación actual del sector textil-confecciones es de vital importancia, porque es en este sector que radica la mayor parte del desarrollo económico del departamento del Atlántico, puesto que goza de grandes ventajas competitivas, refiriéndonos a la tecnología y la aplicación de nuevos métodos en los procesos productivos; donde el objetivo a lograr ha sido ofrecer una mejor calidad y no un mejor precio que nos lleve al posicionamiento de una marca país "Made in Colombia". Por consiguiente el reto para la producción de textiles y confecciones es diferenciar sus productos, encontrar mercados de alto potencial competitivo y adoptar estrategias para la optimización y utilización de los recursos disponibles para dicha actividad. Que hoy por hoy se ve apoyado por instrumentos de promoción como lo es Plataforma K.

PALABRAS CLAVES: Pymes, Confecciones, Importación, Exportación, TLC, Competitividad, Atpdea, Mercado, Nafta, Mano de Obra, Precio, Calidad y Tecnología.

THE SEWING INDUSTRY IN THE COLOMBIAN CARIBBEAN COAST AND ITS COMPETITIVENESS WITHIN FUTURE OF THE TEXTILES

ABSTRACT: To think about the actual situation of the textile design area is of high importance, because it is in this area that lies the most of the Atlantic department economic development, due to the large competitive advantage, looking at the technology side and the application of new methods on productive processes; where the point to prove has been to offer a better quality and not a better price to lead us to the positioning of a country-brand "made in Colombia". As a result the challenge for textile production and design is to differentiate its products, to find potential high competitive market and to use strategies for optimization and available resources practice for this activity.

KEY WORDS: Pymes, Importation, Exportation, TLC, Competitiveness, Atpdea, Market, Nafta, Price, Quality, Technology.

¹ Este artículo es producto de la investigación finalizada en Septiembre de 2008, denominada: "Herramientas para el desarrollo de las ventajas competitivas de las pymes del sector de confecciones en el departamento del Atlántico". Financiada por la Corporación Universitaria de la Costa CUC. Investigador principal: Erick Jassir. Grupo de investigación: Estudio Integral para la competitividad de la Región Caribe.

² Candidato a MBA ejecutivo en Administración de Empresas, Universidad del Norte –Barranquilla. Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales, Especialista en Psicología Económica y del Consumo. Docente –investigador, Tiempo Completo Corporación Universitaria de la Costa, CUC ejassir@cuc.edu.co

INTRODUCCIÓN

El apoyo del sector privado y el gobierno, entre otros, hacia las pequeñas y medianas empresas se ve enriquecido gracias a que éstas aceleran y potencializan el crecimiento de nuestra economía. Las PYMES del sector de confecciones en el Atlántico aunque cuentan con una excelente ubicación geográfica, presentan la competencia en la actualidad de países centroamericanos que con la firma de tratado y/o acuerdos comerciales con Estados Unidos logran posicionarse mejor que Colombia en cuanto a preferencias de carácter comercial.³

Los beneficios obtenidos de su ubicación, son los bajos costos en los insumos de importación y la exportación de los productos finales; pero la verdadera fuente de creatividad es el valioso talento humano de diseñadores que han llevado a nivel mundial las confecciones Atlánticas.⁴

Ser visionarios es crear buena estrategia para elevar e intensificar el crecimiento de las PYMES brindándoles los mecanismos y las herramientas necesarias para que a nivel organizacional los procesos productivos busquen la competitividad en cuanto a "Calidad y Precio" de los productos terminados y llevarlos hacia los mercados locales y aun más a los internacionales.

Notablemente las falencias de la economía Colombiana han traído consigo en los últimos años un grado de estancamiento en lo que se refiere al crecimiento de la tasa poblacional, las no mejoras en el nivel y calidad de vida, y la caída del ingreso per-cápita que debilita a grandes rasgos el desarrollo de la economía puesto que aproximadamente en un 50% su población económica es subempleada o desempleada, y sus exportaciones no superan el promedio mundial de US\$ 600 o de Chile de US\$ 1.133 por habitante. Lo que ha desatado particularmente un gran interés en Colombia hacia las micro, pequeñas y medianas empresas

(Mi PYMES), reconociendo que son éstas grandes generadoras de empleo, promotoras de avances en el entorno local y de la flexibilidad que gozan para convertirse en un complemento importante del trabajo de una gran empresa.

En el caso específico de Colombia, el país tuvo que pasar por varias bonanzas externas de corta duración y caer en su crisis más profunda (1999) en casi un siglo, para descubrir que siempre ha sido un país de micro, pequeñas y medianas empresas que conforman la mayoría de la base empresarial colombiana donde : agrupan cerca del 91% de las empresas manufactureras, participan con el 30% del total de la producción, generan un poco más del 43% del empleo industrial, realizan un poco más del 20% de las exportaciones no tradicionales y pagan alrededor del 50% de los salarios, de acuerdo con datos del Ministerio de Desarrollo Económico (Hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y del EAM del DANE, demostrando su gran potencial de crecimiento al comparar su participación en el PIB con el número de establecimientos, por lo que su contribución social es incalculable, además de que en la coyuntura actual son casi las únicas empresas generadoras de nuevos empleos y es ahí donde reside la mayor capacidad de generar fuentes de trabajo.⁵

Tradicionalmente se ha considerado que el sector industrial es en buena parte el llamado a generar empleo, pero en Colombia no parece estar sucediendo. En 1.990, el censo registró 495 industrias de tamaño grande y 1655 de tamaño mediano. Ahora hay 498 grandes y 1.577 medianas. De acuerdo con la metodología, una de las variables para calificar a una industria como grande es que ocupe más de 200 trabajadores directos y mediana cuando emplea entre 50 y 20. Contrario a esa tendencia, el número de las industrias pequeñas (menos de 50 empleados) ha aumentado de 7.000 a 8.700 y el del micro ha crecido en forma realmente dramática: pasaron de 82.093 a 163.260".⁶

Fortalecer la balanza comercial de país es una obligación de los colombianos y la academia en cuanto a la búsqueda y construcción de nuevos

3 www.camarabaq.org.co/.../textiles%20y%20confecciones%202006.pdf

4 www.dnp.gov.co/archivos/documentos/AI_Documentos/AI%20Atlantico.pdf

5 www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista6/Las_Pymes_En_Colombia.doc

6 www.freewebs.com/laprensadigital/economia.htm

modelos que habiliten a este importante sector empresarial a convertirse en el verdadero motor de la economía.⁷ Resolver el bajo nivel de competitividad de los productos en los mercados nacionales e internacionales ayudaría al perfeccionar el estado actual de las PYMES, en cuanto a su creación y como se han venido desarrollando en su funcionamiento.

El sector de la confección se caracteriza por ser intensivo en la generación de empleos directos e indirectos. Según algunas investigaciones realizadas al respecto, por la Cámara de Comercio de Barranquilla, se concluye que en el "departamento del Atlántico en esta actividad participa con un 16% del total de empleos industriales, ocupando el segundo lugar, después de alimentos al que corresponde el 22.6% ". Mientras que la participación de las actividades textiles y confecciones del departamento en el contexto nacional, en términos de producción, es alrededor del 4% .⁸ En la actualidad el recto para la producción de textiles y confecciones es diferenciar sus productos, encontrar mercados de alto potencial competitivo y adoptar estrategias logísticas de atención al cliente, y de la realización de alianzas locales e internacionales, por cuanto la competencia externa es muy dinámica; es de anotar que una de las ventajas de China en la actualidad es que integra de manera exitosa la producción de algodón (materia prima) y varios elementos del proceso productivo.

Acertadamente podemos definir la cadena textil-confecciones como la de mayor aporte de divisas, valor agregado y empleo en el país; además de disponer de un alto potencial de crecimiento que se ven beneficiados por los sistemas especiales de importación y exportación y como si fuera poco los incentivos otorgados por las zonas francas, entre otros. Por otra parte no solo se requiere de aportes, beneficios, ni incentivos, sino también de elementos de promoción para los productos que faciliten el proceso de comercialización de los mismos, por medio de compradores, ferias, misiones y otros eventos.⁹ Hoy en día se reconoce Plataforma K

como uno de los muchos proyectos de interés que se ha comenzado a ejecutar para el sector de las confecciones y textiles de la mano de los sectores Público y Privado.

La competitividad, es el objetivo, ha alcanzado para el fortalecimiento de las herramientas para nuestras PYMES en el sector de las confecciones. Y comparar las del departamento del atlántico con las Pymes de otros países para evaluar dicho factor.

Observemos que para la Rep. Argentina, se considera PYME a las empresas que además de otros criterios conjuntos, tengan ingresos anuales hasta unos \$ 86 400 000 pesos argentinos (aprox. US\$ 25 millones) o que hayan pedido excepción ante la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional para su inclusión como PYME por tener ingresos en dólares por realizar exportaciones. Mientras tanto en Chile el Ministerio de Economía define a las pymes como las empresas que venden anualmente entre 2.400 y 100.000 Unidades de Fomento (app entre US\$ 81.000 y US\$ 3.400.000 a Abril de 2007).

Otro caso es el de Venezuela, donde la mediana empresa es aquella que vende hasta US\$ 3 millones. A diferencia de México, en donde el concepto de "número reducido de trabajadores" pierde sentido ya que las PYME pueden emplear hasta 499 trabajadores y aún ser consideradas PYME. Además las PYME representan el 94% de las empresas; por esta razón, es vital su permanencia. Al respecto, la Secretaría de Economía ha creado diversos programas para apoyarlas. Uno de ellos es la "Aceleración de Negocios", que consiste en facilitar a las micro, pequeñas y medianas empresas la utilización de esquemas de negocio que integren canales comerciales, optimización de procesos, desarrollo de productos y capacidad experta, que las prepare para competir en el mercado global.¹⁰

Por otra parte en Colombia, Según la Ley 590 de 2000 expedida para promover el desarrollo



7 www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista6/Las_Pymes_En_Colombia.do. David Puyana Silva

8 www.camarabaq.org.co/.../textiles%20confecciones%202006.pdf Textiles y Confecciones 2006

9 www.camarabaq.org.co/.../aspectos%20sector%20confecciones.pdf

10 www.empresas.us/administracion/valoracion/seguridad/pequenas_empresas

de las PYMES, “se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana”. Igualmente la ley define tres grandes categorías según el número de trabajadores y el tamaño de los activos que posea: la mediana va de 51 a 200 trabajadores y activos totales entre 5001 y 15.000 salarios mensuales legales vigentes y la pequeña va de 11 a 50 trabajadores y tiene activos totales entre 501 y 5001 salarios mensuales legales vigentes.¹¹

La competitividad es una de las herramientas fundamentales para el desarrollo y crecimiento de las PYMES en el departamento del Atlántico, ¿Pero qué es la competitividad?, para Michael Porter la competitividad está determinada por la productividad, definida a su vez como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país.¹²

El conocimiento de este concepto desencadenó desde mediados de los años setenta, que los grandes grupos industriales mundiales, confrontados con una disminución de su rentabilidad, empezaron a rediseñar sus procesos de producción y a introducir los conceptos de “empresa inteligente”, de administración del conocimiento (knowledge management), entre otros. Grupos industriales como Toyota o Volvo han sido líderes en estos procesos, y son hoy en día grupos en los cuales los incrementos de productividad se deben en gran medida a una permanente reingeniería basada en la administración del conocimiento. De la misma manera, en el sector financiero, el papel de la información es considerable, y las grandes decisiones son tomadas a partir de flujos complejos e instantáneos de información. La rápida disminución del costo de las herramientas informáticas permite generalizar el acceso a la información y simultáneamente transforma

la capacidad de procesarla y difundirla en una fuente importante de progreso. De esta manera, en plazos muy cortos, la inmensa mayoría de los sectores productivos utilizará la captación y manejo interno de la información y el conocimiento como la clave de su ventaja competitiva, a la par de la productividad de su mano de obra, o los recursos naturales. Es muy importante para dichas entidades tener acceso a la información sobre mercados externos puesto que su análisis es otro componente fundamental de la competitividad, es ideal pues permite que las empresas conozcan sin intermediarios la evolución de la demanda, los marcos regulatorios, la oferta cualitativa y los precios de la competencia en plazos muy cortos.

La planificación estratégica de una empresa debe concebir la atención al público y al cliente para lograr buenos resultados en este aspecto, a su vez las empresas deben obtener principalmente una disminución de los costos de transacción en los diferentes mercados ya que esto permite no solamente un contacto más cercano con la demanda (los clientes), y por lo tanto una mejor adecuación del producto a las expectativas del consumidor, sino también una mejor atención a éste.

Retomando a nivel nacional la competitividad se ha convertido en una preocupación central para gobiernos e industrias en todos los países, pero no obstante en la infinidad de discusiones y debates, aún no existe un consenso sobre el significado y definición del término. Algunos puntos de vista, ven la competitividad de un país como el resultado de:

- a) El entorno macroeconómico en el que se desenvuelven sus compañías e industrias, el cual se ve afectado por los niveles de las tasas de interés, tasas de cambio de la moneda y déficit gubernamental.
- b) La relativa abundancia y bajo costo de la mano de obra de la que se dispone.
- c) La abundancia de recursos naturales del país.
- d) El tipo de políticas gubernamentales del país

11 Ley 590 de 2000 Diario Oficial N°. 44.078 DE 12 DE JULIO DE 2000

12La competencia de las pymes en las Segovias. www.monografias.com/trabajos45/pymes-las-segovias/pymes-las-segovias2.html

en términos de protección a la industria nacional, promoción de las exportaciones y subsidios a determinados sectores como el financiero, automotriz, naval, etc.

e) La diferencias en las prácticas gerenciales del país, incluyendo la forma en que se conducen y resuelven los conflictos obreros patronales.

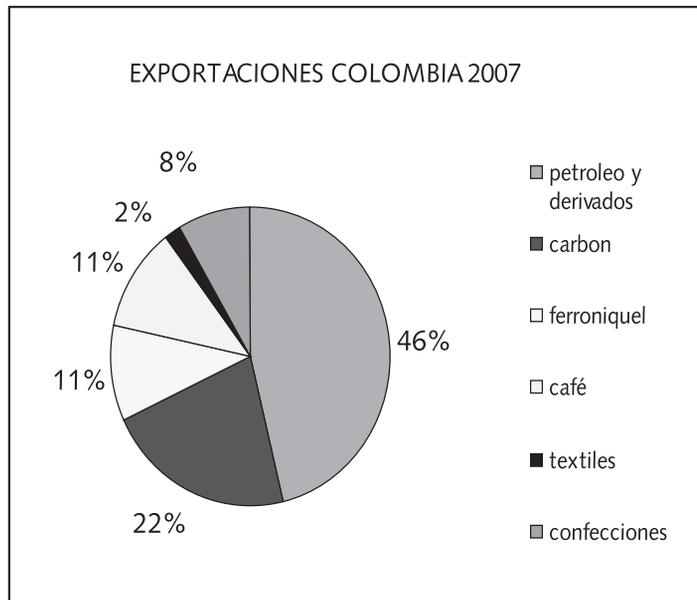
136

El grado de competitividad, como se puede notar, depende de muchas variables y es también una causa y consecuencia de cambios fundamentales en la economía internacional, especialmente al principio de los 70, donde se hizo cambiar la producción en masa con un nuevo "modus operandi" conocido como Especialización Flexible. Factores como la crisis del petróleo de 1973, incrementaron la competencia con los mercados extranjeros (especialmente los del sudeste asiático) y factores tales como la globalización, el fin de la posguerra, y el aumento de las privatizaciones hicieron al viejo sistema de

producción en masa incompetente.

En vez de producir bienes genéricos, las empresas ven ahora más rentable producir diversas líneas de productos orientadas a diferentes grupos de consumidores, apelando a su sentido del gusto y de la moda. Por otro lado, en vez de investigar con cantidades enormes de dinero la producción en masa de un solo producto, las empresas deben y necesitan ahora construir un sistema inteligente de trabajo y máquinas que sean flexibles y puedan responder rápidamente a los caprichos del mercado.

Las exportaciones colombianas de petróleo y sus derivados representaron tuvieron un valor de 7.317 millones de dólares, seguidas por las de carbón (3.494 millones), café (1.714 millones), ferroníquel (1.680 millones de dólares), por su parte el sector textil registro operaciones por encima de los 323 millones de dólares, mientras que el sector de confecciones ventas por 1.302 millones de dólares.¹³



Encaminándose especialmente en el foco de interés, del sector textil-confecciones, se ha determinado que de un 100% que lo constituye, el 77% corresponde a confecciones y tan solo un 23% a textiles.¹⁴

Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones y en particular, en el de la moda. Esta idea puede ser argumentada por Mauricio Guerrero, uno de los periodistas de

la revista de negocios más importante de México, Expansión: "Colombia es un referente para México y demás países de Latinoamérica en lo relacionado con el diseño y desarrollo del producto textil-confección, traducido en productos con alto valor agregado. México tiene mucho que aprenderle a Colombia en este tema, pues es este punto el que verdaderamente permitirá competir contra la gran oferta de la China y sobresalir en los mercados mundiales".

Según reportes oficializados por INEXMODA, el sector de las confecciones ha aumentado su nivel de exportación, con respecto a años anteriores. Y se hace notable la participación y la ventaja que lleva el departamento de Antioquia en el sector de confecciones porque actualmente es llamada la ciudad de la moda en Colombia. De igual forma Pero al mismo tiempo se observa el auge que ha demostrado el departamento del Atlántico en materia de exportación y producción del sector confecciones, logrando poco a poco alcanzar posicionamientos claves a nivel nacional e internacional. Entre 1999 y 2006, en el departamento del Atlántico, en términos de exportaciones, el sector registró un crecimiento del 17%, al pasar de 82 a 96 millones de dólares de un período a otro. La principal demanda de estos productos se dirige en un 39% hacia los Estados Unidos.¹⁵

La creatividad, el talento, la innovación y la calidad se han convertido en ventajas competitivas para que las confecciones del Atlántico vayan ganando participación en los mercados internacionales. Dentro de ellas ha ganado participación la ropa infantil.

Sin embargo se han notado un problema determinante en los últimos días que aqueja tanto a productores como exportadores; el TLC, puesto que los estados unidos es uno de los principales importadores de nuestras confecciones y un TLC según los expertos en el tema pueden significar buenos nexos comerciales no solo para mantenerlos sino para potencializarlos.

El Acuerdo de Preferencias Arancelarias Andinas (Atpdea por sus siglas en inglés), que premia a los países por su lucha contra el narcotráfico y a cambio les permite ingresar sus productos a Estados Unidos sin pagar aranceles. Ha permitido que las prendas de vestir fabricadas en Colombia entraran a lista del Atpdea desde el 2003, pero se destaca que el crecimiento prácticamente está basado en 198 partidas arancelarias, que son las que hasta el 31 de diciembre del 2006 gozarán de esas preferencias.

Aunque hace menos de un año los empresarios del sector textil se mostraban optimistas frente a una firma de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (el mayor importador de prendas colombianas en el mundo), hoy día las cosas han

cambiado y el panorama es sombrío. La inseguridad por la demora en ratificar el TLC es evidente y las cifras lo comprueban. Por ejemplo, según datos de la Cámara Textil – Confección de la Andi, entre enero y mayo de 2006 las ventas en confecciones en Estados Unidos habían decaído en un 21.6 por ciento. Según declaraciones de Carlos Eduardo Botero, director de la Cámara Algodón-Fibras-Textiles-Confecciones de la ANDI, esto se debe a la incertidumbre generada por lo que pueda pasar con el TLC y el también inseguro acuerdo de preferencias Atpdea.

Las condiciones y coyunturas que le están dando paso a la entrada de contrabando textil al país, es un enemigo que siempre ha estado presente pero que desde 2005 ha acelerado su crecimiento. Durante ese año, del total de mercancías retenidas en la DIAN por ser ilegales, un 20 por ciento eran insumos para el sector textil.

Se conoce con certeza que los países que mayor contrabando de prendas e insumos textiles que ingresan a Colombia son China e India.

Sin importar las dificultades, el gremio textil sigue a la espera de la firma del TLC entre los gobiernos colombiano y estadounidense. Mientras tanto, gobierno y afectados se encuentran trabajando para buscar medidas de contingencia a esta crisis que afecta las confecciones en Colombia, y en especial al departamento Antioquia puesto que este, según Inexmoda, produce el 35 por ciento del total de confecciones en el país.

Mientras más pasen los años seguirá la incertidumbre del futuro de las confecciones en Colombia, puesto que han pasado 5 años y todavía valga la redundancia no se ha llegado a ningún acuerdo con los estados unidos y más ahora que los dos postulantes a la Presidencia de dicho país no están muy interesados en firmar un TLC.¹⁶

En cuanto a las discusiones que han rodeado la negociación, dejan ver que la economía colombiana apenas está a mitad de camino en su proceso de globalización. Mientras algunos sectores siguen aferrados a instrumentos proteccionistas, como las franjas de precios agrícolas, otros han aprovechado la última década para colonizar con éxito los mercados

15 www.camarabaq.org.co/cms/content.jsp?id=com.tms.cms.document.Document_59b7a700-c0a8fa20-17871440-68a6a341
16 http://eltiempo.terra.com.co/hist_imp/HISTORICO_IMPRESO/econ_hist/2005-03-14/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_HIST-2008518.html
17 http://eltiempo.terra.com.co/hist_imp/HISTORICO_IMPRESO/econ_hist/2005-03-14/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_HIST-2008518.html

regionales.¹⁷ Pero las confecciones es uno de los sectores que ha comprometido su supervivencia a la dependencia de adaptación al mercado global. Anteriormente este era un sector de poca demanda, ante cambios como la apertura económica, las ventajas de las confecciones Mexicanas en Estados Unidos por medio del Nafta, o las preferencias otorgadas por ese país a Centroamérica, hoy por hoy nuestros confeccionistas reaccionaron y encararon los cambios necesarios para superar cada obstáculo.

El presente impone nuevos retos; y el principal es el de la suscripción a un TLC entre Estados Unidos y países centroamericanos, países que no sólo compiten con Colombia en la exportación de confecciones, sino que se han consolidado en el mercado estadounidense. Dejando ver que la participación de las confecciones centroamericanas en las importaciones estadounidenses del sector pasó de 8% en 1990 a 15% en 2001.

Para hacer frente a esa competencia, Colombia debe lograr que el TLC haga permanentes las preferencias que el Atpdea otorga a nuestras confecciones. Es de resaltar que no solo hay retos, sino también, desafíos como el que presenta en la actualidad el mercado estadounidense en el sector, pues la producción local de confecciones está desapareciendo. Mientras que a comienzos de los años 90, el 49% del mercado estadounidense era atendido con producción nacional, a fines de la década esa cifra se había reducido a sólo 12 por ciento¹⁸ y cada día que pasa esa situación se profundiza, con el cierre de más plantas en Estados Unidos y el aumento de las importaciones.

Esa situación también está transformando el perfil de las importaciones de Estados Unidos. Por que anteriormente para atender ese mercado local bastaba con ser un buen maquilador, que recibía de productores estadounidenses insumos y diseños, y les devolvía manufacturas ensambladas con mano de obra barata. Ahora los principales importadores de ese país no son productores sino comercializadores (ya sea almacenes de cadena o firmas de marca), que exigen productos con mayor valor agregado).

Hoy para vender confecciones en Estados Unidos ya no basta con la simple maquila. Por tal motivo las confecciones mexicanas han fracasado tras diez

años de vigencia del Nafta, ya que le apostaron sólo al ensamblaje con mano de obra barata; olvidándose que para atender las exigencias de los nuevos compradores es necesario desarrollar todo el proceso productivo (el llamado paquete completo), incluyendo además el diseño mismo de las prendas. Adicionalmente se le adicionan factores tales como la rapidez y flexibilidad para atender en corto tiempo pedidos cambiantes que siguen las tendencias de la moda.

Muchos piensan que no hay quién compita con las confecciones de los países asiáticos, pero esas economías también tienen su ciclo y no se puede depender eternamente de su mano de obra barata. Por el simple hecho que hace veinte años las confecciones de Hong Kong y Corea inundaban los mercados occidentales. Pero hoy las cosas han cambiado en dos sentidos: su mano de obra se ha encarecido y sus productores han desarrollado mercados regionales con propias marcas.

Por supuesto, no podemos olvidar la amenaza de las confecciones chinas, que resultan un hecho situación real, pero Colombia tiene ventajas que no tiene China: cercanía a Estados Unidos, flexibilidad para atender rápidamente una demanda cambiante y un gran potencial de diseño. En donde los confeccionistas nacionales deben fortalecer esas ventajas y consolidar la producción del paquete completo, si no quiere repetir la amarga experiencia mexicana.

Por tal motivo con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos se espera incrementar las exportaciones de confecciones, productos que son de gran aceptación en el mercado estadounidense. Además de que este país es el principal destino de las exportaciones colombianas del sector, el cual muestra un mejoramiento en sus proyecciones, como resultado del mismo acuerdo, ampliando la cobertura al mercado de los Estados Unidos en mejores condiciones, adicional a que se ha mejorado las relaciones con Venezuela, lo que ha permitido la entrada nuevamente de nuestros productos a este mercado, convirtiéndose en el segundo destino más importante según el informe elaborado por Inteligencia de Mercados de Proexport; México, por su parte, se ubica en la tercera posición; y finalmente, Ecuador es el cuarto destino en ventas. Estos cuatro destinos representaron el mayor porcentaje de

¹⁸ Idem <http://eltiempo.terra.com.co>

las exportaciones de confecciones colombianas al mundo.

Al analizar las Pymes del sector de la confección en el departamento del Atlántico se observa que tienen un gran porvenir participativo a nivel nacional e internacional, es decir tanto las empresas pequeñas como medianas tienen grandes oportunidades y fortalezas, que las podría situar entre las de mayor participación dentro de las empresas exportadoras del país, lo anterior responde a la ubicación geográfica, que permite obtener a bajos costos la importación de insumos para la transformación y la exportación de bienes y servicios finales y al gran desempeño de las mismas, entendido este como la mano de obra más barata y de mayor disponibilidad laborar para dicho oficio. Lo anterior lo podemos cumplir si seguimos trabajando por la búsqueda de nuevos y mejores mercados, sin olvidar ni desatender el mercado Americano, el cual junto al Venezolano, representan grandes ingresos para dicho sector. Esto último se debe tener bien pendiente, debido a la importancia actual de las empresas Antioqueñas en su participación mundial, que se debe a la mayor integración y asociatividad localizada en estas empresas, las cuales gozan de una variedad de empresas e instituciones que forman parte de la cadena productiva de textiles y confecciones.

Por otro lado el Atlántico es competitivo y reconocido a nivel nacional e internacional por grandes personajes del diseño como lo son: Silvia Tcherasi, Judy Hazbún, Beatriz Camacho, Jean Carlos Pugliese; Francesca Miranda, Hernán Zajar, Elia Abuchaibe, Claudia Eusse, entre otros.

Pero sería bien importante percibir que es importante el crecimiento y la participación de la industria como tal, refiriéndonos a la tecnología y la aplicación de nuevos métodos y procesos, donde se impriman cambios eficientes y diferenciados de nuestros competidores nacionales e internacionales, lo anterior como estrategia de diferenciación de otras regiones como la Antioqueña, refiriéndonos que a pesar de que se cuenta con ventajas comparativas por encima de las demás regiones, incluida la de Antioquia, aun en muchas de nuestras fabricas hace falta la implementación de tecnológica en los procesos, lo anterior resulta de mucha importancia para la optimización y utilización de los recursos disponibles

para dicha actividad. Esto sumado a un excelente apoyo de Proexport, sería la formula necesaria para penetrar y abarcar mas mercados demandantes de nuestro diseños, que son ya reconocidos, pero no lo son de la misma forma el trabajo y la productividad de nuestras empresas maquiladoras y productivas; las cuales se han venido deteriorando y disminuyendo entre otros factores por la revaluación de nuestra moneda frente al dólar. Es aquí cuando se propone un cambio estructural de nuestros procesos de producción y métodos de elaboración de los diseños, lo anterior con el fin de producir mejores unidades y más rápido. Con esto se hace referencia a que no solamente las empresas del Atlántico deberán preocuparse por vender el minuto más barato, sino vender productos que tengan valor, con lo anterior nos posicionaríamos en el mundo como una marca país: "Made in Colombia" de mejor calidad y no la de mejor precio, lo que para algunos parece la principal estrategia de competitividad; muchos empresarios y analistas repiten que nuestro producto debe ser más "competitivo", refiriéndose al de mejor precio, considerando al precio como un Factor de decisión muy importante, pero lo es aun más el factor calidad; por ello, si las PYMES de confecciones del departamento del Atlántico lograsen posicionarse como empresas que le apuesten a mas calidad de sus procesos y no a la de mejor precio, muy seguramente nuestros competidores como lo son: China, México, Republica Dominicana, Vietnam, Indonesia, Haití entre otros, se verían afectados en su distribución y no tendrían cabida en nuestra cultura y competitividad textil e industrial.

De otro lado, igualmente, deberá fortalecerse y crearse más apoyo o integración de toda la cadena productiva y de esta debería integrarse más la academia, como se hizo en alguna ocasión en una unión integrada por la Cámara de Comercio de Barranquilla, Producaribe, Colciencias, Fundación Universidad del norte, Universidad Simón Bolívar y la gobernación del Atlántico al diseñar un modelo para el desarrollo productivo del sector Textil_ Confecciones en el departamento del Atlántico teniendo como referente la provincia de Jiangsu en China. El desarrollo de esta investigación, fue apoyada por la Federación Nacional de Comerciantes del Atlántico. Las anteriores alianzas o no son suficientes si los directos beneficiados o empresarios participantes del sector, no demuestran interés o no responden a los

llamados de entidades sin ánimo de lucro, que buscan integrarlos o incentivar la asociatividad de estos. Muy seguramente si se logrará dicha integración, sería posible alcanzar grandes niveles de competitividad, expresada también en la diversificación de los productos, que estén por encima del precio y se exporten mas por calidad, es decir al lograr este tipo de alianzas, las empresas podrán diversificar sus mercados, logrando mayor partición del mercado internacional por el tipo de producto y no por la conveniencia del precio de importación.

Asi mismo al ampliar estos nichos de mercados las empresas requerirán de mejores y más completos estudios de mercados como parte de su promoción y mercadeo, para lo anterior se hace necesario la intervención o utilización de las herramientas creadas por el gobierno local y nacional para vender en mercados más exigentes y no vender ni "competir con quien produce más barato y con quien compra más barato", la anterior premisa fue expuesta por la cámara de comercio en uno de sus informes donde expresa su apoyo a este tipo de empresas y por estos de métodos de promoción; como lo es plataforma K.

CONCLUSIONES

Las Pymes del sector de la confección en el departamento del Atlántico tienen un gran porvenir participativo a nivel nacional e internacional, es decir tanto las empresas pequeñas como medianas tienen grandes oportunidades y fortalezas, que las podría situar ente las de mayor participación dentro de las empresas exportadoras del país, lo anterior responde a la ubicación geográfica, la cual permite obtener a bajos costos la importación de insumos para la transformación y la exportación de bienes y servicios finales y al gran desempeño de las mismas, entendido este como la mano de obra más barata y de mayor disponibilidad laborar para dicho oficio. Lo anterior lo podemos cumplir si seguimos trabajando por la búsqueda de nuevos y mejores mercados, sin olvidar ni desatender el mercado Americano, el cual junto al Venezolano, representan grandes ingresos para dicho sector. Esto último se debe tener bien pendiente, debido a la importancia actual de las empresas Antioqueñas en su participación

mundial, esto último se debe a la mayor integración y asociatividad localizada en estas empresas, la cuales gozan de una variedad de empresas e instituciones que forman parte de la cadena productiva de textiles y confecciones.

Por otro lado el Atlántico es competitivo y reconocido a nivel nacional e internacional por grandes personajes del diseño como lo son: Silvia Tcherasi, Judy Hazbún, Beatriz Camacho, Jean Carlos Pugliese; Francesca Miranda, Hernán Zajar, Elia Abuchaibe, Claudia Eusse, etc.

Pero sería bien importante percibir que es importante el crecimiento y la participación de la industria como tal, refiriéndonos a la tecnología y la aplicación de nuevos métodos y procesos, donde se impriman cambios eficientes y diferenciados de nuestros competidores nacionales e internacionales, lo anterior como estrategia de diferenciación de otras regiones como la Antioquena, me refiero a que a pesar de que contamos con ventajas comparativas por encima de las demás regiones, incluida la de Antioquia, aun en muchas de nuestras fabricas hace falta la implementación de tecnológica en los procesos, lo anterior resulta de mucha importancia para la optimización y utilización de los recursos disponibles para dicha actividad.

Lo anterior sumado a una excelente apoyo de Proexport, sería la formula necesaria para penetrar y abarcar mas mercados demandantes de nuestro diseños, los cuales son ya reconocidos, pero no lo son de la misma forma el trabajo y la productividad de nuestras empresas maquiladoras y productivas; las cuales se han venido deteriorando y disminuyendo entre otros factores por la revaluación de nuestra moneda frente al dólar. Y es aquí cuando se propone un cambio estructural de nuestros procesos de producción y métodos de elaboración de los diseños, lo anterior con el fin de producir mejores unidades y más rápido. Con esto me refiero a que no solamente las empresas del Atlántico deberán preocuparse por vender el minuto más barato, sino vender productos que tengan valor, con lo anterior nos posicionaríamos en el mundo como una marca país: "Made in Colombia" como la de mejor calidad y no la de mejor precio, lo cual parece para algunos como la principal estrategia de competitividad, es decir, muchos



empresarios y analistas repiten que nuestro producto debe ser más “competitivo”, refiriéndose al de mejor precio, considerando al precio como un factor de decisión muy importantes, pero lo es aún más el factor calidad, es decir, si las pymes de confecciones del departamento del atlántico lograsen posicionarse como empresas que le apuestan a más calidad de sus procesos y no a la de mejor precio, muy seguramente nuestros competidores como lo son China, México, República Dominicana, Vietnam, Indonesia, Haití entre otros.

Igualmente deberá fortalecerse y crearse más apoyo o integración de toda la cadena productiva y de esta debería integrarse más la academia, como se hizo en alguna ocasión en una unión integrada por la Cámara de Comercio de Barranquilla, Producaribe, Colciencias, Fundación Universidad del norte, Universidad Simón Bolívar y la gobernación del Atlántico al diseñar un modelo para el desarrollo productivo del sector Textil_ Confecciones en el departamento del Atlántico teniendo como referente la provincia de Jiangsu en China. Y el desarrollo de esta investigación, la cual fue apoyada por la Federación Nacional de Comerciantes del Atlántico. Las anteriores alianzas o no son suficientes si los directos beneficiados o

empresarios participantes del sector, no demuestran interés o responden a los llamados de entidades sin ánimo de lucro, que busca integrarlos o incentivar a la asociatividad de estos. Muy seguramente si logramos dicha integración, será posible alcanzar grandes niveles de competitividad, expresada también en la diversificación de los productos, que estén por encima del precio y se exporten mas por calidad, es decir al lograr este tipo de alianzas, las empresas podrán diversificar sus mercados, logrando mayor participación del mercado internacional por el tipo de producto y no por la conveniencia del precio de importación.

Asimismo al ampliar estos nichos de mercados las empresas requerirán de mejores y más completos estudios de mercados como parte de su promoción y mercadeo, para lo anterior se hace necesario la intervención o utilización de las herramientas creadas por el gobierno local y nacional para vender en mercados más exigentes y no vender ni “competir con quien produce más barato y con quien compra más barato”, la anterior premisa fue expuesta por la cámara de comercio en uno de sus informes donde expresa su apoyo a este tipo de empresas y por estos de métodos de promoción; como lo es plataforma k.

BIBLIOGRAFÍA**142**

- Diseño de un modelo para el desarrollo productivo del sector textil-confecciones en el departamento del Atlántico teniendo como referente la provincia de Jiangsu en China. Pacheco Castro Gustavo, Luna Amaya Carmenza, Mercado Cervera Hugo, Ochoa Avila July, Castro Pión Marco. Colciencias, Procaribe, Universidad del Norte, Universidad Simón Bolívar, Gobernación del Atlántico y Cámara de Comercio de Barranquilla. primera edición, Barranquilla Marzo de 2007.
- FUNDES ARGENTINA: Las PyMEs Exportadoras Argentinas Exitosas: Hacia la Construcción de Ventajas Competitivas. Niño y Davila Editores, 2001
- VARELA, Rodrigo: Innovación Empresarial. Pearson. 2001
- ZEVALLOS, Emilio. Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina. Revista de la Cepal 79. 2003
- Cámara del comercio. Barranquilla. Textiles y confecciones 2006.
- www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/finanzas.htm
- wwcamarabaq.org.co/.../textiles%20y%20confecciones%202006.pdf
- www.dnp.gov.co/archivos/documentos/AI_Documentos/AI%20Atlantico.pdf
- <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes.htm>
- www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revistas6/Las_Pymes_En_Colombia.doc
- www.freewebs.com/laprensadigital/economia.htm
- www.camarabaq.org.co/.../aspectos%20sector%20confecciones.pdf
- www.empresas.us/administracion/valoracion/seguridad/pequenas_empresas
- www.wikipedia.org/wiki7pyme
- <http://www.comunidadandina.org/pymes/innovacion.htm>
- Ley 590 de 2000 Diario Oficial N°. 44.078 DE 12 DE JULIO DE 2000
- www.monografias.com/trabajos45/pymes-las-segovias/pymes-las-segovias2.html
- www.conectando.org.sv/Estrategia/Competitividad.htm
- www.wikipedia.org/wiki/Posformodismo
- www.degerencia.com/articulo/la_competitividad_de_un_pais/imp
- www.proexport.com.co
- www.zeiky.net/vbecontent/library/documents/DocNewsN°8844DocumentN°7296.PDF
- www.inexmoda2.private.arkix.com/.../Elsectortextilydelaconfeccioncolombiano/tabid/1105/Default.aspx
- www.camarabaq.org.co/cms/content.jsp?id=com.tms.cms.document.Document_59b7a700-c0a8fa20-17871440-68a6a341
- www.snc.gov.co/pagina_nueva/noticias/septiembre/sep_04_07.html
- http://eltiempo.terra.com.co/hist_imp/HISTORICO_IMPRESO/econ_hist/2005-03-14/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_HIST-2008518.html