

**ASOCIATIVIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD: ANÁLISIS DEL CASO DE LOS
PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL SECTORIAL (PRODES) DE
LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) DEL SECTOR
CONFECCIÓN EN MEDELLIN-VALLE DE ABURRÁ EN EL PERÍODO
1998-2006**

**ANA VALERIA AGUDELO DÍEZ
CAROLINA SALAZAR MORENO**

**UNIVERSIDAD EAFIT
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
MEDELLÍN
2007**

ASOCIATIVIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD: ANÁLISIS DEL CASO DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL SECTORIAL (PRODES) DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) DEL SECTOR CONFECCIÓN EN MEDELLIN-VALLE DE ABURRÁ EN EL PERÍODO 1998-2006

**ANA VALERIA AGUDELO DÍEZ
CAROLINA SALAZAR MORENO**

Monografía presentada como requisito para optar por el título de Economistas

**ASESOR
Carlos Andrés Cano Gamboa
Investigador profesor Universidad EAFIT**

**UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
MEDELLÍN**

RESUMEN: El sector textil y confecciones es uno de los más representativos de la industria a nivel mundial, lo que lo convierte por sus características en un sector vulnerable ante cualquier cambio económico, político, social o cultural. Esta vulnerabilidad se presenta especialmente en los países en desarrollo, que con tecnología, capacitación, productividad e ingresos inferiores deben afrontar una competencia cada vez más compleja, una regulación casi nula para el ingreso de productos foráneos y una desprotección cada vez mayor de los productos internos. El objetivo de este trabajo es analizar como uno de los programas de asociatividad aplicados en el mundo e implementado en el país por ACOPI, llamado Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial (PRODES), le ha permitido a las Pequeñas y Medianas Empresas del sector Textil/confección de Medellín desafiar las condiciones del mercado y mejorar su desempeño competitivo. La asociatividad entre empresas, gobierno, agentes privados, sectores productivos y grupos de investigación es una estrategia que le permite a las unidades económicas generar sinergias y compromisos colectivos para perseguir objetivos comunes.

Palabras claves: Sector textil-confecciones, PRODES, redes industriales, políticas sectoriales.

ABSTRACT: The textile-confections sectors are one of the most representatives in the World industry. So it is, because its features, especially sensitive to any economic, political, social or cultural change. This sensitivity is specially noticeable in the developing countries that, with lower yield, inferior technology and capacity and a poorer productivity must face a competence more complex every day, and almost inexistent regulation for the foreign product's income and, as a consequence, a helpless internal industry. The objective of this paper is to analyze how one of the associability programs applied in the world and adapted by the association for the Colombian association for the small Industry (ACOPI) for its acronym in Spanish) named Programs for Entrepreneurial sectorial Development (PRODES), has permitted to small and medium size enterprises of the textile-confection sector to defy the market conditions and improve its competitive performance. Associability among enterprises, government, private agents, productive sectors and research groups is a strategy that allows the economic units to make synergies and collective commitments to pursue a common goal.

Key words: Textile-confections sector, PRODES, industrial networks, sectorial policies.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: REDES PRODUCTIVAS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y BASE INSTITUCIONAL

1. Introducción	9
1.1. Redes y asociatividad: procesos de mejoramiento en la organización industrial.....	10
1.1.1. La teoría de la localización y el espacio social	11
1.2. Políticas públicas: redefinición de las condiciones sociales	12
1.3. Conclusiones	13

CAPÍTULO II: EVOLUCIÓN Y DINÁMICA DEL SECTOR TEXTIL- CONFECCIONES

2. Introducción.....	14
2.1. Evolución del sector confecciones a nivel mundial	14
2.1.1. Producción bruta de las confecciones a nivel mundial	14
2.1.2. Exportaciones e Importaciones: análisis a nivel mundial	17
2.1.3. Empleo del sector confeccionista a nivel mundial	20
2.2. Análisis descriptivo del sector confección en Colombia	20
2.2.1. Producción bruta del sector confeccionista colombiano	21
2.2.2. Exportaciones/Importaciones del sector confección Colombiano.....	22
2.2.3. Análisis del empleo en el sector confeccionista colombiano.....	25
2.2.4. Sector confecciones en Antioquia, Medellín-Valle de Aburrá	25
2.2.5. Producción bruta del sector confeccionista Antioquia, Medellín - Valle de Aburrá	26
2.2.6. Análisis y evolución de las exportaciones/importaciones: el caso del departamento de Antioquia, Medellín-Valle de Aburrá.....	28
2.2.7. Empleo en el sector confeccionista de Antioquia Medellín-Valle de Aburrá	29
2.3. Conclusiones	29

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO
EMPRESARIAL SECTORIAL (PRODES) DEL SECTOR
CONFECCIÓN EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN Y EL
VALLE DE ABURRÁ

3. Introducción.....	31
3.1. Evolución histórica e importancia económica de los PRODES.....	32
3.2. Etapas de creación de un PRODES.....	33
3.3. Organismos de apoyo y políticas gubernamentales.....	35
3.4. Principales características de los PRODES.....	36
3.5. Principales características de los PRODES de Confección.....	38
3.6. Conclusiones.....	39

CAPÍTULO IV: PRODES CONFECCIONISTAS DE MEDELLÍN-VALLE
DE ABURRÁ: ANÁLISIS DE CASO

4. Introducción.....	40
4.1. El análisis multivariado	41
4.2 Resultados	45
CONCLUSIONES Y POLÍTICAS.....	49

ANEXOS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TABLA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1: Valor de Mercado Global del Sector Textil y Confecciones.....	15
Cuadro 2: Principales Variables del Sector Textil-Confección, 2004.....	22
Cuadro 3: Exportaciones de prendas de vestir	23
Cuadro 4: Importaciones de prendas de vestir	23
Cuadro 5: Coeficiente de Penetración de Importaciones y Apertura Exportadora....	23
Cuadro 6: Balanza Comercial del sector Textil-Confección, 2006.....	24
Cuadro 7: Grupos industriales con mayor participación por personal ocupado.....	25
Cuadro 8: Índice de especialización parcial.....	27
Cuadro 9: Etapas de Creación de un PRODES.....	34

TABLA DE GRÁFICOS

Pág.

Gráfico1: Valor de Mercado Global del Sector Textil y Confecciones.....	15
Gráfico 2: Producción de Textiles y confecciones de EEUU 2001-2005.....	16
Gráfico 3: Producción de Textiles y confecciones de la UE 2001-2005.....	16
Gráfico 4: Importaciones Estadounidenses de textiles y confecciones 2005.....	18
Gráfico 5: Importaciones de la UE de textiles y confecciones 2005.....	18
Gráfico 6: Participación de México y China en las Importaciones de EEUU.....	19
Gráfico 7: Crecimiento Real de la Producción (Variación % Año Corrido).....	22
Gráfico 8: Balanza Comercial Antioqueña.....	28
Gráfico 9: Ubicación de PRODES y Colectivos en el Área Metropolitana.....	37
Gráfico 10: Ubicación de PRODES y Colectivos en Comunas de Medellín.....	38
Gráfico 11: Análisis Factorial.....	42
Gráfico 12: Organización Industrial de los PRODES.....	45
Gráfico 13: Organización Industrial de los PRODES.....	46
Gráfico 14: Promoción a la PyME.....	47

CAPÍTULO I

REDES PRODUCTIVAS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y BASE INSTITUCIONAL

1. Introducción

El estudio del Estado y su influencia en la coordinación económica ocupan un lugar central en el análisis del entorno institucional. El cambio institucional es un proceso en el cual ocurren modificaciones en los marcos de acción que regulan las relaciones sociales y hacen posible ciertas formas de coordinación económica. El concepto de cambio institucional está sustentado en que las instituciones determinan los costos de transacción¹. De tal manera, según Cardona y Cano (2006) *“Los agentes se enfrentan a un marco institucional que construye incentivos, los cuales juegan un rol fundamental en la formación de habilidades y conocimientos así como sus beneficios. El marco institucional establece la dirección de adquisición de habilidades y conocimientos, dicha dirección es el factor decisivo para el desarrollo de la sociedad en el largo plazo”*

Las redes productivas son arreglos organizacionales que permiten realizar intercambios para la producción y comercialización, que desde finales de la década de 1990 conforman una propuesta de desarrollo industrial desde la política económica. La Comisión de la empresa, la facilitación de la actividad empresarial y el desarrollo (ONU, 1997), afirma que las PyMEs se ven sometidas a enormes presiones para innovar e introducir cambios, reestructurar sus operaciones y alcanzar nuevos niveles de eficiencia en la producción. No obstante, a menudo las organizaciones carecen de los recursos necesarios para hacerlo. De allí que este mismo organismo conviene en que la cooperación podría ser un instrumento útil para hacer frente a las presiones de la creciente competencia mundial.

En este primer capítulo se construirá un marco referencial sobre tres aspectos fundamentales para el desarrollo empírico de la investigación: **1)** la teoría de redes, **2)** las políticas públicas, y, **3)** el institucionalismo.

¹ El origen de estos costos es el establecimiento de algún tipo de contrato o de derechos de propiedad exclusivos para facilitar el intercambio entre agentes. Son un amplio espectro de costos institucionales que incluyen los costos de información, negociación, diseño, vigilancia. Es decir, se trata de todos aquellos costos no relacionados directamente con la producción, en este sentido, los pagos que surgen de la constitución de la organización económica son costos de transacción.

1.1. Redes y asociatividad: procesos de mejoramiento en la organización industrial

Las redes son factores esenciales para el desarrollo y el crecimiento de las empresas, en particular las pequeñas y medianas (PyMEs), a través de ellas se aumenta la capacidad de producción, la innovación tecnológica, la especialidad, adaptabilidad y facilitan las corrientes de conocimientos no codificados y el aprendizaje mediante procesos interactivos. Gereffi (1997) y Cardona (1999) entienden las redes como el conjunto de relaciones sociales entre organizaciones para superar obstáculos y conquistar mercados, estas van más allá de los alcances individuales. La convergencia de objetivos y la confianza mutua pueden subyacer en la formación de una red (Jarillo, 1993). Además, la confianza conduce hacia la cooperación, lo opuesto hacia el control. En su estudio de las relaciones en el norte de Inglaterra, Pyke (1995) señala la existencia de redes electivas y coercitivas: las relaciones en las redes pueden implicar elección o coerción.

La teoría de redes se centra en la estructura social, en el armazón de vínculos que liga a los miembros individuales y colectivos de la sociedad. Cardona (2000), afirma que *“La red es un proceso interactivo, cada uno dispone de una buena información sobre los conocimientos tecnológicos del otro; la comunicación disminuye la asimetría de la información y consolida el aprendizaje, por lo tanto se reducen los comportamientos oportunistas de actuar sobre el precio”*. La formación de redes no sólo es importante para obtener beneficios entre las empresas y el sector al que pertenecen, sino que además se consolidan como una alternativa importante entre empresarios del mismo sector y grupos de empresas ya formados, que con el apoyo de organizaciones gubernamentales, oficiales descentralizadas y educativas, permiten el desarrollo de la industria.

Entre las características que definen las diferentes categorías de redes, según Pyke, podemos encontrar las redes verticales y las redes horizontales. Las redes verticales consisten en la agrupación de compañías que forman parte de una cadena de suministro bajo la organización de un esquema centralizado, que generalmente dirige una empresa grande, estas son conocidas como *“redes jerárquicas”*.

Las redes horizontales, por el contrario se acercan mucho más al concepto de los Programas de Desarrollo Empresarial (PRODES). Este tipo de redes agrupa empresas de un mismo tipo de actividad económica y con dimensiones similares, que se unen para resolver problemas y cooperar por la búsqueda de objetivos comunes, aquí no hay una organización jerárquica, sino que como su nombre lo dice la organización es horizontal. En este tipo de redes lo más importante es el desarrollo de confianza, cooperación y cohesión entre los participantes. De esta manera se busca disminuir las diferencias entre los empresarios, generar sinergias, flexibilidad, simetría y trabajar como un grupo más que como una organización, buscando beneficios

comunes que pueden provenir de diferentes actividades, las cuales Pyke identifica como “Actividades débiles” y “Actividades fuertes”. En las actividades débiles, que no por su nombre significan menos importantes, se pueden incluir medidas para compartir información, asesoramiento, capacitaciones y en general procesos de aprendizaje; por su lado las actividades fuertes incluyen factores como las compras, relaciones con proveedores, publicidad, comercialización y producción.

A manera de conclusión, las redes pueden convertirse en un importante mecanismo de impulso y fortalecimiento para las Pequeñas y Medianas Empresas, siempre y cuando los que participan en ellas sean capaces de generar confianza entre sus integrantes y trabajar como un equipo, manteniéndose alejados de comportamientos egoístas y oportunistas. Esto a su vez puede representar un gran beneficio para la sociedad en la reactivación y buen comportamiento de la industria y la economía, de ahí la importancia de que la creación de estos tipos de asociatividad sea impulsada por organismos estatales. También se debe resaltar la importancia económica que esto implica, ya que las sinergias y la asociatividad en general generan una mayor productividad para las unidades empresariales y un uso más eficiente de los recursos, lo que representa un mayor beneficio.

1.1.1. La teoría de la localización y el espacio social

El espacio geográfico, como perspectiva de análisis del desarrollo económico adquiere vital importancia en la actualidad, precisamente cuando el proceso de globalización e internacionalización de la economía toma gran auge. La relación ciudad-región ha ido reforzándose en cada una de las etapas de la evolución económica y social, siendo hoy imposible referirse a la economía local sino es como economía de área metropolitana o como ciudad-región consolidada².

El territorio, como escenario de localización de firmas, responde a la flexibilidad de los procesos sociales que potencializan u obstaculizan la continuidad de los procesos productivos y sus encadenamientos, que trascienden los límites fijados administrativamente y las mismas relaciones sociales. La dinámica industrial como expresión del desarrollo se refleja en la creación y destrucción de firmas (Cardona y Cano, 2006). Estas participan del proceso de acumulación en dos niveles:

² Según Cardona y Cano (2006) “La región, en todos los casos, alude principalmente a un territorio y a la dotación de recursos productivos. Sin embargo, en ella se dan un conjunto de interacciones que conforman un sistema compuesto por subsistemas productivos, institucionales y culturales, que encierran en sí un cúmulo de relaciones, tales como: las relaciones capital-trabajo, los flujos de intercambio, las relaciones monetarias, las organizaciones y procedimientos para la toma de decisiones y las pautas de comportamiento social”.

acumulación de capital físico y de capital humano, siendo ambas condiciones del desarrollo.

Así, desde la teoría organizacional, la significación sobre las decisiones de localización surge desde la estructura organizativa de las empresas, con nuevas lógicas de ubicación, acordes con una configuración de planta única o multiplanta, con segmentación o no de los procesos productivos o según el tipo de encadenamientos productivos y prácticas relacionales entre una empresa y la red de proveedores, distribuidores y clientes.

1.2. Políticas públicas: redefinición de las condiciones sociales

Las Políticas Públicas indican programas en acción del Estado frente a situaciones problemáticas, que van desde las dificultades cotidianas de la sociedad, como la pobreza, la violencia, la corrupción y, otras, a nuevas problemáticas que surgen en el contexto del nuevo orden económico internacional. El análisis de las Políticas Públicas sugiere elementos como la administración, implementación y evaluación en la ejecución de un programa para llegar a las metas fijadas y cumplir con los objetivos planteados; esto, para generar planificación y cumplimientos con las metas impuestas y preservar un impacto mayor sobre el sistema. Según Escobar y Vera (2005) *“Las distintas definiciones de las políticas públicas muestran la importancia del Estado como el ente encargado de planificar un programa para desarrollar unos objetivos asociados con una situación problemática. Los análisis realizados a las políticas públicas parten de dos campos, uno es la teoría norteamericana del “policy analysis” y el otro campo de estudio es la teoría francesa, corriente influenciada por la teoría del ‘Welfare State’ o Estado del Bienestar”*.

En la teoría de las Políticas Públicas se encuentra una gran cantidad de conceptos en autores representativos franceses como Muller y Surel (1998), los cuales definen una política pública como *“El proceso por el cual se elaboran y se implementan programas de acción pública, es decir dispositivos político-administrativos coordinados, en principio, alrededor de objetivos explícitos”*.

En Colombia, para Salazar Vargas (1995), las Políticas Públicas son *“el conjunto de sucesivas respuestas del Estado frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas”*; además, es *“el conjunto de sucesivas iniciativas, decisiones y acciones del régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas y que buscan la resolución de las mismas o llevarlas a niveles manejables”*. La institucionalidad desempeña un gran papel, principalmente en los países en desarrollo, para los cuales resulta más difícil acceder al conocimiento y el aprendizaje, factores íntimamente ligados con la productividad y necesarios para la competitividad, pero generadores de costos que dichos países no están en condiciones de asumir. Por lo tanto las localidades cumplen la función de proveer el conocimiento y construir potencialidades

a partir de la combinación eficiente de recursos, generando una dinámica empresarial y un ambiente propicio para el surgimiento y desarrollo de nuevas unidades económicas.

1.3. Conclusiones

La territorialidad, la gestión empresarial y la tecnología cobran ahora más importancia que nunca dentro del nuevo contexto económico mundial. Juntas se constituyen como una alternativa para las pequeñas unidades económicas de hacer frente al modelo económico desarrollista. Además esto permite completar y perfeccionar la estructura de los mercados, ya que la creación de organizaciones permite reducir los costos de transacción. La globalización ha estimulado también el surgimiento de la regionalización, entendiendo esta como un conjunto de “regiones inteligentes” capaces de identificar su entorno y actuar de manera coherente con la información que van recibiendo.

Estas redes de cooperación entre empresas, gobierno y sectores estratégicos, le han permitido a las regiones fortalecer su competitividad e incorporarse de manera exitosa en el mercado nacional e internacional. Por lo tanto la regionalización no es más que otro ejemplo claro de cooperación y fusión de esfuerzos, encaminados hacia la consecución de objetivos comunes, lo que demuestra que la creación de redes entre unidades estratégicas está tomando cada vez más fuerza en la organización de mercados y está volcando la atención hacia la competitividad de las pequeñas y medianas empresas como factor fundamental en la planeación económica.

A continuación, se estudia la evolución del sector confecciones en el período 1998-2006. Para tal fin, se analiza primero el enfoque global del sector, luego se aborda el ciclo sectorial en Colombia, y, finalmente se estudia el caso específico de Medellín-Valle de Aburrá.

CAPÍTULO II EVOLUCIÓN Y DINÁMICA DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIONES

2. Introducción

El sector confecciones, caso particular de este trabajo, se ha consolidado desde los inicios de la industria en Colombia, contribuyendo al fortalecimiento del sector secundario de la economía. En el análisis se tendrán en cuenta variables de organización industrial como: producción bruta, valor agregado, empleo, número de establecimientos. Variables macroeconómicas como: crecimiento de la industria y participación del sector en el PIB y de comercio exterior como: Número de exportaciones e importaciones y el coeficiente de penetración de exportaciones e importaciones que permitirán visualizar la evolución del sector. El análisis inicia con la contextualización histórica, siguiendo con el desempeño de las variables mencionadas en el período de estudio, a nivel mundial, en Colombia y finalmente en Medellín-Valle de Aburrá.

2.1. Evolución del sector confecciones a nivel mundial

En un ambiente de globalización, la competencia no se realiza entre firmas aisladas. El régimen capitalista va abarcando nuevas formas de producción en las que los factores determinantes de la competencia actúan en instancias adicionales a las condiciones productivas propias de la firma, como las concernientes al entorno macroeconómico, social y sectorial. Se trasciende al precio como principal característica para enfrentar el mercado y se incorpora la calidad, la diferenciación, la oportunidad y el servicio al cliente, como características complementarias distintivas, estableciéndose el conocimiento y la tecnología como bases insustituibles para la creación de ventajas competitivas dinámicas. A continuación analizaremos la dinámica de las distintas variables que estructuran el sector de las confecciones a nivel mundial.

2.1.1. Producción bruta de las confecciones a nivel mundial

El sector Textil-Confección³ es uno de los más representativos e importantes de la economía mundial y una de las cadenas más generadoras de valor. Es también una de las industrias más globalizadas y constituye una importante fuente de ingreso y

³ En: <http://www.colombiacompite.gov.co/archivos/MERCADO%20EUROPEO12.pdf>

empleo, lo que hace que las confecciones sean un rubro cada vez más apetecido y competido entre los empresarios de la economía capitalista. En el año 2003, el sector registró ventas por 913.15 billones de dólares y presentó un incremento de 2.7% anual a nivel mundial, incremento que no se presentaba desde 1999, antes de dicho año la tasa se había mantenido cercana al 2% sin lograr superarlo. Los principales consumidores de los productos del sector son: Europa con el 35.6%, Asia Pacífico con el 34.2% y Estados Unidos representa el 30.2%. Se espera que el sector de la confección registre en 2008 ventas por 1135.23 billones de dólares y una tasa aproximada de crecimiento de 4%.⁴

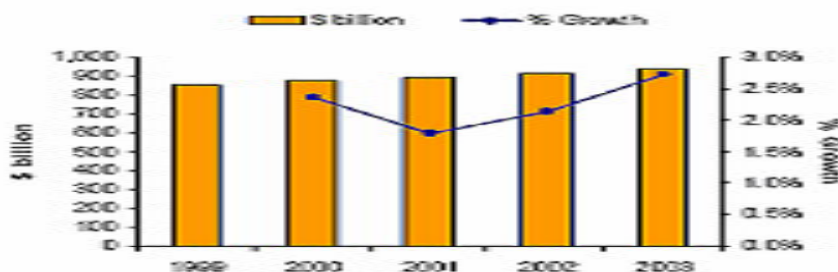
Cuadro 1: Valor de Mercado Global del Sector Textil y Confecciones

Valor de Mercado Global de Textiles y Confecciones		
Año	\$ Billones	% Crecimiento
1999	855,6	
2000	875,8	2,4
2001	891,4	1,8
2002	910,4	2,1
2003	935,1	2,7
Promedio	893,66	2,25

Fuente: Datamonitor

Aunque la producción ha estado concentrada en pocos países, un suceso importante que se ha venido presentando en los últimos años es la reducción de operaciones en Europa, Japón y Estados Unidos y el incremento en la producción de países en desarrollo, principalmente los países de la región del Asia Pacífico, tales como China, India, Vietnam e Indonesia.

Gráfico1: Valor de Mercado Global del Sector Textil y Confecciones



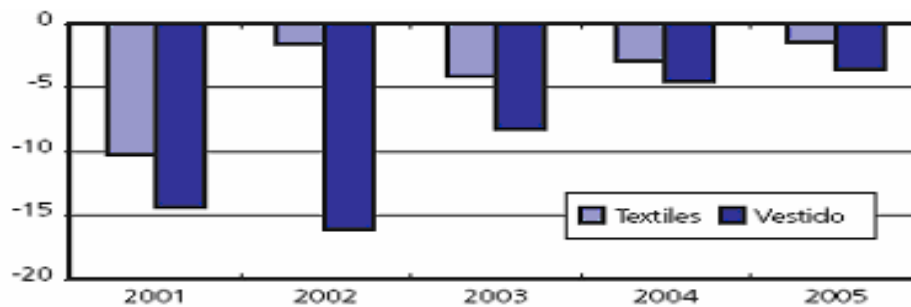
Fuente: Datamonitor

La producción estadounidense ha presentado una disminución constante en los últimos años, a excepción del año 2002 donde se presenta un leve incremento. Para

⁴[http:// www.proexport.com](http://www.proexport.com)

el primer semestre de 2005, la producción de prendas de vestir en este país presentaba una disminución del 6.5%, y la producción de textiles una disminución del 2.2%. Para la segunda mitad de dicho año, la disminución fue menor, logrando así obtener una disminución anual menor a la del año inmediatamente anterior.

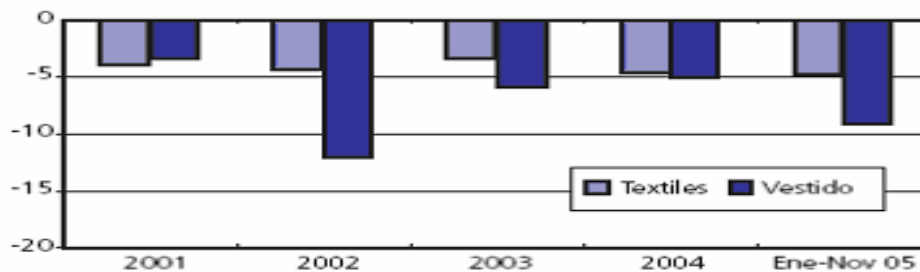
Gráfico 2: Producción de Textiles y confecciones de EEUU 2001-2005



Fuente: Board of Governors of the Federal Reserve System
(www.federalreserve.gov)

El comportamiento de la producción en la Unión Europea ha sido similar a la de Estados Unidos, presentando una tendencia descendente en los últimos años, la disminución de los años comprendidos entre 2000 y 2004 fue de aproximadamente el 15% para el rubro de los textiles y 25% para las prendas de vestir. En la primera mitad de 2005, el descenso de la producción fue mayor que la del año anterior, sin embargo para el tercer trimestre, la tasa de disminución fue menor gracias a la introducción de nuevas restricciones a las importaciones, logrando así una disminución del 4% y 8% respectivamente.

Gráfico 3: Producción de Textiles y confecciones de la UE 2001-2005



Fuente: Eurostat

Europa y América representan cada una el 26% de la producción mundial, participación inferior a la de Asia que fue del 45%. China se está consolidando como uno de los mayores productores de confecciones a nivel mundial, lo que ha permitido un incremento en la demanda doméstica, aumentando la producción interna. La

producción total de la industria textil en China durante el año 2001 alcanzó el valor de 115.960 millones de dólares, registrando un crecimiento del 9.4% con respecto a la producción del año 2000, niveles que se han sostenido gracias a la demanda internacional de sus productos⁵.

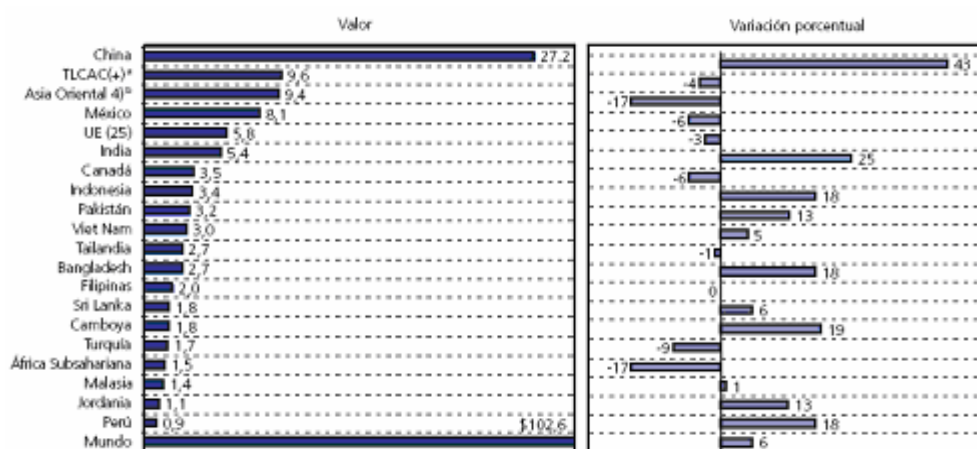
2.1.2. Exportaciones e Importaciones: análisis a nivel mundial

El comercio internacional de textiles y confecciones ha jugado un papel fundamental en el proceso de globalización de la economía, representando una importante participación de las exportaciones e importaciones, tanto de países desarrollados como de países en vía de desarrollo. Según la Organización Mundial del Comercio, más de la mitad de las exportaciones registradas en el año 2004 correspondieron a los países de ingresos medios y bajos, convirtiéndose en la única categoría de bienes manufacturados en la que los países no desarrollados ocupan una posición tan privilegiada, superando incluso al sector agrícola que se ha caracterizado por ser el sector líder de este tipo de economías. Sin embargo, dicha participación ha venido disminuyendo desde el año 2000 en los países en desarrollo, debido en gran parte a la gran competencia que representan otras economías emergentes.

Asia, con el 44% de las exportaciones mundiales y Europa Occidental con el 38% son las regiones que dominan las ventas externas en lo referente a textiles. Europa es además el mayor importador de confecciones en el mundo (más del 45% del total mundial).

⁵ China participa aproximadamente con el 60% de las importaciones de confección de Estados Unidos, desplazando a países que hasta el momento habían sido líderes en este mercado, como México y otros países de Centroamérica, famosos por su industria maquiladora, 2005.

Gráfico 4: Importaciones Estadounidenses de textiles y confecciones 2005



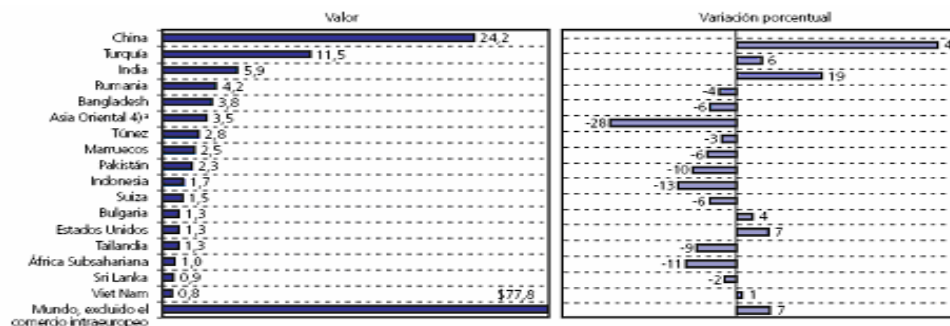
^a Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana.

^b Hong Kong, China; Rep. de Corea; Macao, China; y Taipei Chino.

Fuente: Departamento de Comercio de los Estados Unidos, Estadísticas de comercio Internacional

Para el 2005 las importaciones de textiles y confecciones realizadas por Estados Unidos aumentaron un 6%, los países de los cuales provinieron dichas importaciones variaron significativamente. En el gráfico 4, puede observarse como países como India, Indonesia, Pakistán, Bangladesh, Camboya, Jordania y Perú incrementaron sus envíos, mientras que otros países de ingresos superiores registraron una disminución del 17%. La participación de China se incrementó, tanto en Estados Unidos como en otros países, alcanzando un nuevo nivel máximo del 24% a nivel mundial.

Gráfico 5: Importaciones de la UE de textiles y confecciones 2005



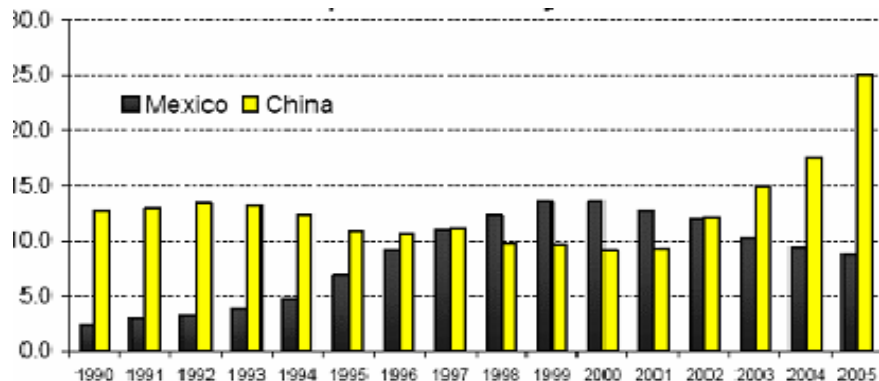
^a Hong Kong, China; Rep. de Corea; Macao, China y Taipei Chino.

Fuente: Eurostat

El comportamiento de las importaciones europeas, ha sido similar al comportamiento registrado por Estados Unidos, los mayores aumentos de las importaciones notificados son los correspondientes a China e India y se observan disminuciones de las importaciones procedentes de las economías en desarrollo de altos ingresos. De acuerdo con datos obtenidos de la OMC, en el 2002 las exportaciones de productos textiles y confecciones de China se incrementaron en un 4% comparado con el del mismo lapso del año 2003. Dicho incremento fue resultado de la anulación de cuotas de los mercados foráneos después del ingreso de este país a La OMC, lo que permitió el ingreso de las mercancías chinas a otros países sin mayores inconvenientes. Durante la tercera fase del Acuerdo Textil-Confección en ese año, China había incrementado sus exportaciones en un 46% en valor y en un 192% en volumen, bajando los precios un 50% aproximadamente. Para el 2003, China ocupaba el primer lugar a nivel mundial en exportaciones de confección y el segundo después de la UE en textiles.

En el contexto latinoamericano sobresale México como uno de los países que ha tenido el crecimiento más acelerado en cuanto a las exportaciones de prendas de vestir. Gracias a la proximidad con Estados Unidos, México tiene una alta concentración de sus productos en este país. De acuerdo con datos obtenidos del Banco de México y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en términos globales el 88% de las exportaciones tienen como destino final a Estados Unidos y 56% del total de sus importaciones provienen del mismo. Esta concentración también se presenta en el sector textil y de confecciones, donde el mercado estadounidense representa el 90% de las exportaciones mexicanas.

Gráfico 6: Participación de México y China en las Importaciones de EEUU



Fuente: Office of Textiles and Apparel (OTEXA)

2.1.3. Empleo del sector confeccionista a nivel mundial

De acuerdo con información obtenida de la OMC el empleo en el sector textil confección estadounidense viene disminuyendo ininterrumpidamente desde hace 10 años, concentrándose en mayor proporción en el caso de las prendas de vestir, donde el empleo disminuyó más de dos tercios, es decir de tener 820.000 personas empleadas en 1995 pasó a solo 280.000 en octubre de 2005. Aunque esta tendencia continua observándose, para la segunda mitad del 2005 la disminución del empleo fue relativamente baja, en comparación con la presentada en años anteriores. Estos datos indican una disminución estructural a Largo Plazo del sector confección. Con un volumen de negocios anual de 200 000 millones de euros y más de 177.000 empresas que emplean a más de 2 millones de personas, el sector textil y de la confección desempeña un papel importante en una serie de regiones de la Unión Europea (UE). El sector representa alrededor del 4 % del valor añadido total de la industria manufacturera a escala de la UE y alrededor del 7 % del total de empleo de la misma.⁶

Según datos obtenidos del Centro de Información Textil y de la Confecciones (CITYC) China cuenta con más de 160.000 empresas que conforman el tejido industrial del sector textil y de la confección. Produce a los costos más bajos del mundo, gracias a la mano de obra barata que tiene en exceso y a políticas gubernamentales que prohíben los sindicatos y las huelgas. Más de 20 millones de personas trabajan en el sector textil y lo hacen por salarios supremamente bajos. Organismos internacionales calculan que mientras un obrero textil chino gana unos 45 centavos de dólar la hora, un obrero textil mexicano y uno europeo ganan cuatro y diez veces más respectivamente. En México el empleo del sector disminuyó en un 36%, lo que significa una pérdida de 286.668 empleos, de los cuales 240.682 corresponden al rubro de las confecciones (83% asociado a las importaciones) y 45.986 al textil, según datos obtenidos de la secretaria de relaciones internacionales de México⁷.

2.2. Análisis descriptivo del sector confección en Colombia

Para el desarrollo industrial del país, la industria de textiles y confecciones ha sido un factor determinante, generando empleo, crecimiento económico e ingresos por exportaciones. La importancia y tamaño del sector es eminente en la economía del país, puesto que más de 10.000 establecimientos a nivel nacional se dedican a alguna de las actividades desarrolladas por el sector.

⁶ www.europa.eu

⁷ www.eclac.cl/mexico/noticias

La industria textil cuenta con más de 9.000 empresas entre productores de fibras, hilanderos, tejedores y fabricantes de artículos textiles. Según Confecámaras, 16 empresas se cuentan como las más representativas del sector textil/confección de algodón, tales como: Coltejer, Protela, Vestimundo, Fabricato-Tejicondor, Confecciones Leonisa, Lafayette, Textilía Ltda., Textiles Miratex, Fibratolima, Hilanderías Universal, Manufacturas Eliot, CI Expofaro, Confecciones Colombia, Calcetines Cristal, Permoda y CI Nicole.

Según datos obtenidos en CONFECAMARAS⁸ para el año 2002, las PyMEs poseían una alta participación en el sector confeccionista del país. Estos datos revelaron que el 90% de las empresas confeccionistas son micro, un 7% pequeñas, un 2% son medianas y un 1% son grandes empresas. La micro y pequeña empresa de la confección tiene un carácter poco tecnificado, teniendo en cuenta la maquinaria básica con la que éste tipo de empresa cuenta, y con requerimientos mínimos de inversiones de capital.

A pesar de todos los inconvenientes que el sector ha tenido que atravesar con el correr del tiempo, el mercado latinoamericano percibe a Colombia como un líder textil, de confección, insumos y diseño. En el ámbito latinoamericano existen grandes competidores por sus bajos costos pero Colombia ha tratado de posicionarse con calidad y servicio aunque esto implique manejo de precios más altos; la característica es producir bajo el esquema de Full Package o Paquete Completo, que no es sólo hacer la confección de las prendas sino que se incluye el diseño, las telas y por supuesto la confección.

2.2.1. Producción bruta del sector confeccionista colombiano

Según la Encuesta Anual Manufacturera (EAM), en el año 2000, la industria de las confecciones tenía una producción bruta de US \$976 millones, para 800 establecimientos. El consumo per cápita de textiles en el país es mayor al promedio de los países en vía de desarrollo, el cual es de 4.5 Kg. Pero este valor todavía está lejano del estándar de los países industrializados, los cuales presentan un consumo per cápita de 20.8 Kg. aproximadamente.

⁸ La agroindustria del algodón de Colombia: los textiles y las confecciones. En: www.agrocadenas.gov.co

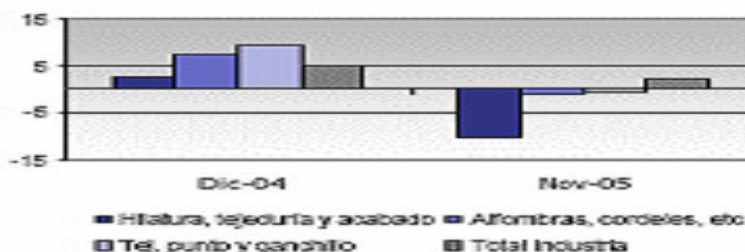
Cuadro 2: Principales Variables del Sector Textil-Confección, 2004

PRINCIPALES VARIABLES DEL SECTOR 2004					
Grupo Industrial	Número De Establecimientos	Personal Ocupado	Producción Bruta	Valor Agregado	Inversión Neta
Fabricación de prendas de vestir	789	84.923	3.978.140.009	1.819.954.216	50.005.881
Participación del sector	10,88%	14,88%	3,97%	4,27%	0,00%
Total Nacional	7.249	570.855	100.110.385.674	42.655.676.818	-1.160.671.462

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (EAM).

En los primeros meses de 2005, la producción de prendas de vestir (excluyendo el calzado) presentó un comportamiento por debajo del total de la industria debido principalmente a la desaceleración de la demanda interna. De este modo, en febrero de 2005, la producción presentó un decrecimiento de 8% con respecto al mismo periodo del año inmediatamente anterior.

Gráfico 7: Crecimiento Real de la Producción (Variación % Año Corrido)



Fuente: DANE

A noviembre de 2005, el crecimiento del sector confección se mantuvo por debajo del crecimiento de la industria, en gran medida por todo lo relacionado con temas como la culminación de las preferencias arancelarias otorgadas por el APTDEA y la inclusión del TLC con Estados Unidos, que generó expectativas y dudas entre los empresarios del sector, los cuales además se vieron bastante golpeados por la fluctuación del dólar en el año anterior.

2.2.2. Exportaciones/Importaciones del sector confección Colombiano

En el período 1991-2004 las exportaciones de confecciones se incrementaron con una tasa de crecimiento promedio anual de 11.2%, pasando de USD \$470,056 en 1991 a USD \$563,230 en el 2004. Las exportaciones colombianas están centradas en las confecciones, mientras que las importaciones se concentran en las telas, fibras e hilos. Este patrón se acentúa en los últimos años, es así como en el 2004 las

confecciones representaron el 90% de las exportaciones de la cadena. Para el 2005, Los principales destinos de exportación fueron Venezuela (29%), Estados Unidos (24%) y Ecuador (12%). Sin embargo las exportaciones no presentaron un incremento considerable este año. A pesar del incremento que presentaron las exportaciones hacia Venezuela, cercano al 30%, estas apenas fueron suficientes para cubrir la disminución del 20% que presentaron las exportaciones hacia Estados Unidos.

Cuadro 3: Exportaciones de prendas de vestir

Año	CIU	Peso-neki	FOB pesos	FOB dólares
1995	3220	14.110.662	306.299.854.544	334.499.509
1996	3220	13.573.797	316.214.969.076	304.818.334
1997	3220	11.105.851	312.999.584.001	272.449.477
1998	3220	11.471.365	383.689.665.640	267.760.109
1999	3220	13.476.567	479.040.070.415	271.851.037
2000	3220	15.246.201	682.891.262.082	324.950.312
2001	3220	16.436.931	797.480.004.375	346.879.705
2002	3220	16.805.877	855.551.654.494	338.798.234
2003	3220	21.629.036	1.194.112.433.786	415.365.248
2004	3220	23.709.760	1.372.363.844.905	524.955.187
2005	3220	28.269.531	1.304.985.688.072	562.773.923
2006	3220	25.191.415	1.272.540.310.426	538.630.085

Fuente: DANE

Cuadro 4: Importaciones de prendas de vestir

Año	CIU	Peso-neki	FOB dólares	CIF dólares	CIF pesos
1995	3220	4.145.845	40.586.929	43.464.710	39.661.717.137
1996	3220	3.081.770	30.712.951	32.751.283	33.939.065.968
1997	3220	3.499.203	43.522.242	46.163.443	53.501.398.299
1998	3220	2.710.911	31.158.487	33.312.714	47.559.150.426
1999	3220	2.594.454	22.835.600	24.666.105	43.876.442.004
2000	3220	4.140.420	30.880.233	33.294.618	69.853.983.385
2001	3220	6.281.756	31.225.254	33.504.514	77.284.299.088
2002	3220	7.356.154	30.775.857	32.790.885	83.106.471.601
2003	3220	7.284.186	25.615.502	27.417.795	78.810.741.602
2004	3220	10.042.094	33.802.493	36.302.338	94.907.886.436
2005	3220	16.881.577	51.650.423	56.014.833	129.669.317.712
2006	3220	12.241.105	62.635.838	66.791.784	156.399.300.607

Fuente: DANE

Cuadro 5: Coeficiente de Penetración de Importaciones y Apertura Exportadora

Coeficiente de Apertura Exportadora							
CIU	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
322	25,22	30,5	32,37	33,78	34,04	45,5	48,92
Coeficiente de Penetración de Importaciones							
322	4,68	4,73	5,354	5,862	6,049	7,29	7,06

Fuente: Banco de la República.

El coeficiente de penetración de importaciones se calcula como el valor de las importaciones del sector sobre el consumo aparente. Este indicador muestra que tan sometido esta el sector frente a la competencia de bienes importados. El cuadro anterior muestra como este coeficiente se ha venido incrementando año tras año, resultado consistente con la actual coyuntura internacional que se ha mencionado anteriormente, donde el sector textil y de confecciones ha tenido que enfrentar la competencia cada vez más ruda de países como China e India. También puede observarse como el coeficiente de apertura exportadora se ha incrementado, lo que guarda relación con un mundo cada vez más globalizado y con menores barreras arancelarias, lo que se traduce en un mercado más amplio para ofrecer los productos, condicionado por supuesto a una mayor competencia.

Cuadro 6: Balanza Comercial del sector Textil-Confección, 2006

BALANZA COMERCIAL 2006 (En Dólares)	
TEXTILES	
Exportaciones a nivel mundial	302.210.777
Importaciones a nivel mundial	946.550.853
Déficit Comercial	-644.340.076
CONFECCIONES	
Exportaciones a nivel mundial	1.022.551.138
Importaciones a nivel mundial	173.668.558
Superávit Comercial	848.882.580

Fuente: Datos ANDI, cuadro de las autoras

Para el 2006, Estados Unidos continúa siendo el mayor socio comercial de Colombia, con una participación de 33% del total de las exportaciones colombianas de prendas de vestir y con un registro de ventas de USD \$106 millones, lo siguen en su orden Venezuela, México y Ecuador, con participaciones del 19, 11, y 7%, respectivamente. En estos cuatro países se concentró el 69% del total de las exportaciones colombianas del sector en el período. Las ventas totales hacia estos destinos pasaron de USD \$224 millones en el periodo enero- marzo de 2005, a USD \$226 millones, en igual tiempo de 2006, registrando un incremento de 0.72%⁹. Para el año 2006, las exportaciones e importaciones del sector Textil-Confección, generaron una Balanza Comercial con un déficit para el sector de los textiles y un superávit para el sector confeccionista, resultado congruente con lo que se mencionó anteriormente, ya que el país importa la mayoría a de los insumos para la confección, entre ellos los textiles. El sector confeccionista por su dinámica y orientación exportadora se convierte en una gran fuente de empleo tanto indirecto como directo, situación que se considerará en el siguiente apartado.

⁹ www.inexmoda.org.co

2.2.3. Análisis del empleo en el sector confeccionista colombiano

El sector confección provee más de 600.000 puestos de trabajo. Según datos del DANE, de esta industria se derivan aproximadamente 600.000 empleos de forma directa e indirecta. Se generan en el sector 52.000 empleos directos del textil y el confeccionista conserva más de 100.000 empleos. Este sector contribuye con cerca del 15% del 62% del empleo total generado por la industria, gracias a que es un sector intensivo en mano de obra y genera eslabonamientos hacia delante y hacia atrás en la cadena de producción.

Cuadro 7: Grupos industriales con mayor participación por personal ocupado

Grupo	Descripción	Part. %
181	Prendas de vestir	14,00
242	Otros productos químicos	8,10
252	Productos plásticos	6,40
269	Productos minerales no metálicos	4,30
151	Producción, transformación y conservación de carne y pescado	3,60
155	Productos de panadería, macarrones, fideos y farináceos	3,50
210	Papel, cartón	3,40
158	Otros productos alimenticios	3,20
289	Otros productos elaborados de metal	3,00
361	Muebles	2,70
172	Tejedura de productos textiles	2,60
153	Productos lácteos	2,60
159	Elaboración de bebidas	2,60
154	Molinería, almidones y derivados del almidón y alimentos preparado	2,40
Subtotal		14 62,40
47 Grupos restantes		37,8

Fuente: DANE

Las PyMEs del sector, en el año 2000 emplearon 25.971 personas, cifra inferior al año 1999. Esta tendencia se ha mantenido durante los últimos años donde el promedio anual del empleo ha sido negativo, de acuerdo con la Muestra Mensual Manufacturera (Dane), entre enero y febrero de 2005 el número de empleados por este sector disminuyó 6.4% con respecto al mismo período del año anterior.

2.2.4. Sector confecciones en Antioquia, Medellín-Valle de Aburrá

En Colombia, ciudades como Bogotá, Cali, Pereira y Bucaramanga producen prendas de calidad pero sin lugar a dudas a través de la historia económica del país, la ciudad de Medellín, ha sabido consolidarse como el epicentro de la confección y la moda no

sólo en Colombia sino que por medio de la realización de eventos de talla internacional ha comenzado a fortalecer su imagen de centro de diseño, confección y moda. Medellín ha cimentado la mayoría de su economía en la industria textil y de confecciones, representando el 60% de la economía del Departamento de Antioquia. Este sector ha sido significativo en el desarrollo industrial, económico y social de la ciudad. En su entorno se ha construido una compleja y diversa actividad manufacturera y de servicios, formando una elemental contribución al progreso económico, al valor agregado (anexo 1), las exportaciones y al empleo.

La importante participación de Antioquia y Medellín en la industria textil colombiana se ratifica con las cifras obtenidas de Inexmoda. De las exportaciones mundiales realizadas en el año 2006, los principales lugares de origen son Antioquia, Cundinamarca y Bogotá, con una participación de 36%, 30% y 24%, respectivamente. Estas tres regiones representan el 90% de las exportaciones totales del sector textil, que equivalen a USD \$63,5 millones. El Departamento de Antioquia presentó un crecimiento en sus exportaciones de 15% en el 2006 y ventas aproximadas de USD \$25,5 millones.

2.2.5. Producción bruta del sector confeccionista Antioquia, Medellín-Valle de Aburrá

La producción del sector en el período 1990-2000 se situó alrededor del 14.1%, tasa superior a la del período precedente y superior al promedio de la industria regional que estuvo situado en el 7.5%¹⁰. La industria de confecciones continua siendo la actividad manufacturera de mayor participación en el PIB industrial del Departamento (20%) y en el PIB total de la región (5.6%), según los datos de la Cámara de Comercio de Medellín para el año 2002.

¹⁰“Desarrollo y competitividad de la industria de Antioquia en un contexto de integración económica”. Investigación de la Universidad de Antioquia, 2005.

Cuadro 8: Índice de especialización parcial¹¹

Año	Área	322
1996	Medellín	0,49
	Total nacional	0,11
1997	Medellín	0,49
	Total nacional	0,10
1998	Medellín	0,49
	Total nacional	0,10
1999	Medellín	0,51
	Total nacional	0,11
2000	Medellín	0,53
	Total nacional	0,11
2001	Medellín	0,63
	Total nacional	0,14
2002	Medellín	0,64
	Total nacional	0,14
2003	Medellín	0,67
	Total nacional	0,15
2004	Medellín	0,68
	Total nacional	0,15

Fuente: EAM, 2003

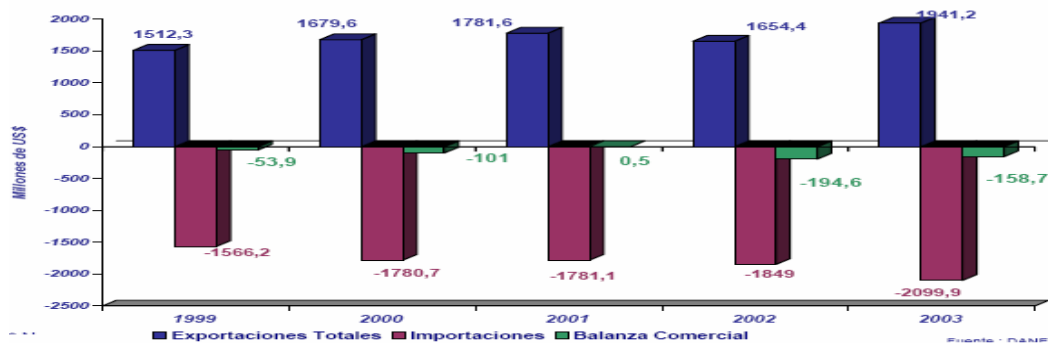
El índice de especialización parcial indica el nivel de aglomeración sectorial de cada región, por lo que un mayor nivel se traduciría en mayor productividad sectorial. En el cuadro anterior, puede observarse como el nivel de especialización de Medellín no solo es superior al nivel promedio del país, sino que además ha venido incrementándose año tras año, lo que significa que el sector de textiles y confecciones en la región se ha ido volviendo más dinámico.

¹¹ Expresa el efecto de las economías externas intraindustriales. Se define como la cantidad de empleo en el sector i sobre el empleo industrial en la región j. $\frac{L_{it}}{L_{jt}}$

2.2.6. Análisis y evolución de las exportaciones/importaciones: el caso del departamento de Antioquia, Medellín-Valle de Aburrá

La economía antioqueña que tradicionalmente estuvo basada en productos agrícolas se ha venido reestructurando, dando paso a la producción manufacturera, donde las confecciones juegan un papel de suma importancia, ya que las principales industrias textiles y de confecciones están ubicadas en la región. Además Medellín se ha venido consolidando como “La Ciudad de la moda”, realizando ferias de talla internacional como Colombiamoda y Colombiatex, recibiendo a cientos de visitantes nacionales e internacionales y dándole nivel al sector textil-confección.

Gráfico 8: Balanza Comercial Antioqueña



Fuente: Ministerio de Industria y Comercio.

En el año 2001, por cuenta de las mayores exportaciones que crecieron 6% equivalentes a USD \$102 millones y la pérdida de dinamismo de las importaciones, la Balanza Comercial alcanzó un superávit comercial de USD \$0.5 Millones, alcanzando casi su punto de equilibrio. En los dos siguientes años se revierte la tendencia con saldos negativos en la balanza. Para el 2003 el déficit presenta una leve mejoría al crecer los ingresos en 17.3%. Además las compras externas aumentaron en 13.5%, pasando de USD \$1512.3 millones en 1999 a USD \$1941.2 millones en el 2003, que es el monto más elevado logrado históricamente.¹²

De acuerdo con datos obtenidos de Proexport, del total de las exportaciones del Departamento de Antioquia, 62% tienen como lugar de origen la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá. En esta ciudad se ubican actualmente 1.107 empresas exportadoras que exportaron conjuntamente USD \$1.781 millones en el año 2005. La región se ha venido consolidando como una de las mejor posicionadas en cuestión de comercio exterior, registrando para el 2005 una Balanza Comercial positiva de USD \$318.7 millones, siendo la única región del país que presentó superávit. Según datos

¹² Ministerio de Comercio

de la EAM del 2003, el Departamento de Antioquia cuenta con 7.230 establecimientos de comercio, de los cuales 822, pertenecen al sector de textiles y confecciones, con un total de 80.839 personas ocupadas en el sector que corresponde aproximadamente al 15% del total de empleos del departamento (545.897). Los principales países de destino de las exportaciones de la región en este sector siguen básicamente el mismo esquema del país, con Estados Unidos y Venezuela, seguidos por Brasil, Ecuador y otros países latinoamericanos.

2.2.7. Empleo en el sector confeccionista de Antioquia Medellín-Valle de Aburrá

Medellín desde la segunda mitad del siglo XX se consolidó como la ciudad textil del país, aquí surgieron las más importantes empresas dedicadas a los textiles y las confecciones que contribuyeron en gran medida a emplear gran cantidad de personas. La producción de esta industria contribuye con el 53% del total de las exportaciones en prendas terminadas a países como: Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, México, Costa Rica y Comunidad Europea generando para la ciudad un 30% del total del empleo nacional. Lo que equivale a 45.000 empleos directos y 135.000 indirectos. Las más importantes empresas colombianas del sector textil-confecciones tienen su asiento en la ciudad de Medellín, como son: Fabricato, Coltejer, Leonisa, Vestimundo, Fatelares y Everfit.

Empresas del sector confeccionista en Medellín han encontrado como solución a muchos de sus inconvenientes, sobre todo con la competencia internacional, la opción de convertirse en maquiladores para grandes industrias a nivel mundial. Es así como en la ciudad se confeccionan marcas como: Tommy Hilfiger, Levis, DKNY, Ralph Lauren, Liz Claiborne, Nautica, Oscar de la Renta, Nine West, Timberland, Hush Puppies. En la ciudad se produce bajo licencia marcas como: Diesel, Fiorucci, Americanino, Naf Naf, Esprit, Chevignon, Levis, Girbaud. Actualmente es la principal ciudad exportadora de Colombia en tejido plano y punto.

2.3. Conclusiones

El sector textil y confección, es uno de los sectores más importantes a nivel mundial. Colombia y Antioquia basan una parte importante de su economía en este sector. Además de formar parte de la idiosincrasia nacional y gozar de un importante reconocimiento, los textiles y las confecciones son altos generadores de empleo y su cadena de producción genera importantes eslabonamientos que benefician tanto a productores de materias primas como a comercializadores de productos finales.

Este sector es además uno de los más globalizados, lo que implica para Colombia oportunidades, retos y amenazas. La oportunidad es tener cada vez más mercados en

los cuales ofrecer los productos con menores restricciones. El reto es mejorar la calidad de los productos para poder competir en los mercados mundiales y la amenaza es el ingreso al mercado de países emergentes, como los países del este asiático, que gracias a la eliminación de barreras y aranceles están abarcando una parte cada vez mayor de los mercados hacia los cuales se dirigían los productos colombianos, con precios cada vez más bajos lo que representa una competencia desigual. Por esta y muchas más razones, los países para los cuales el sector textil/confecciones es parte fundamental de su economía deben realizar mayores esfuerzos, para permitir que las pequeñas y medianas empresas, que son por lo general las más vulnerables, puedan afrontar esta situación. Para esto se deben tomar medidas a nivel gubernamental, con ayuda de entidades descentralizadas, universitarias y privadas que permitan encontrar alternativas de competitividad y productividad para que dichas empresas no desaparezcan en el intento de conquistar un mercado cada vez más reñido.

El objetivo de este trabajo es analizar una de estas alternativas: La asociatividad, donde las pequeñas y medianas empresas pueden unir esfuerzos y obtener un poder de negociación que no tendrían en posiciones individuales. El próximo capítulo es una aproximación a un programa de asociatividad llamado Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial (PRODES) introducido al país por La Asociación Colombiana de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas, (ACOPI).

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL SECTORIAL (PRODES) DEL SECTOR CONFECCIÓN EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN Y EL VALLE DE ABURRÁ

3. Introducción

La relevancia que tienen los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial, PRODES radica en la acción colectiva, que se manifiesta en la idea que aunque es de interés del grupo en su conjunto presionar para políticas favorables, no es del interés individual hacerlo. Este problema se supera cuando hay un grupo pequeño y/o bien organizado. Estos grupos conforman redes productivas, eslabones y encadenamientos que presionan políticamente a favor de medidas que dinamizan las capacidades de acción y eficiencia en la actuación empresarial, a partir de disminución de costos de transacción, transparencia en los mercados y generación de economías de escala.

El conocimiento es el eje transversal a las categorías de estudio, y las redes aparecen como el elemento conector entre el capital físico, determinado por la tecnología, y el capital humano, que comprende la fuerza de trabajo calificada. Los procesos que se tejen tienen un componente básico en la confianza, el cual gira alrededor de la articulación interempresarial y dan lugar al capital social, bastión fundamental de los PRODES. Las redes productivas son arreglos organizacionales con los cuales se realizan intercambios para la producción y comercialización que van más allá de la empresa. Según Cardona (2006) *“Las redes son factores esenciales para el desarrollo y el crecimiento de las empresas, en particular las pequeñas y medianas. A través de ellas se aumenta la capacidad, la innovación tecnológica, la especialidad, la adaptabilidad y facilitan las corrientes de conocimientos no codificados y el aprendizaje mediante procesos interactivos. Por lo anterior, se considera a las redes una salida para que las PyMEs puedan alcanzar la competitividad requerida para generar el desempeño que el entorno le exige”*.

Los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial, hacen parte de la cultura de Integración, cooperación y solidaridad, basada en la metodología de la asociatividad, la cual tiene como objetivo consolidar organizaciones innovadoras, modernas, flexibles y con capacidad de autoevaluación estratégica. El objetivo principal de este tipo de organización es aumentar la productividad y la competitividad de las unidades más vulnerables y más susceptibles a las nuevas características de los mercados, gracias al compromiso directo del empresario para generar un alto nivel de participación y permanencia en el proceso de mejoramiento continuo de los factores

de producción de la empresa. Para lograr lo anterior, el colectivo empresarial PRODES se constituye en un consejo gerencial permanente.

El objetivo general de los PRODES es *“Aumentar la productividad y competitividad nacional e internacional de las empresas colombianas a partir del mejoramiento de su capacidad asociativa y de su gestión, buscando su crecimiento e inserción en el corto plazo en las corrientes”*. Su misión es *“Contribuir al desarrollo y fortalecimiento de la gestión a través de la asociatividad sectorial de las pequeñas y medianas empresas, ejecutando proyectos para el mejoramiento de su productividad y capacidad competitiva, bajo los principios de unidad, lealtad, honestidad y ética.”*¹³. Los PRODES son un programa estratégico y asociativo desarrollado por la Asociación Colombiana de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas, ACOPI, (además dicha sigla es marca registrada de dicha institución) cuyo objetivo principal es mejorar las condiciones de las PyMEs, integrando las empresas por sectores mediante un conjunto de actividades asociativas que buscan el mejoramiento de la productividad y la competitividad en el corto, mediano y largo plazo.

La asociatividad es una estrategia colectiva, de carácter voluntario, no excluyente para ninguna empresa y flexible organizacionalmente que le permite a las PyMEs dar una respuesta inmediata y precisa a las exigencias de la globalización y la integración económica mundial, promueve la inserción en cadenas de valor y redes verticales de producción, fomenta la conformación de redes horizontales de empresas que cooperen en unas actividades y compitan en otras y permite identificar las mejores prácticas gerenciales para hacer más eficiente la gestión de las empresas. El objetivo es entonces agrupar empresas similares y afines en cuanto al sector, la actividad, la ubicación y el tamaño para que a partir de su propio diagnóstico individual y grupal, desarrollen acciones que les permitan ser más competitivas, productivas y capaces de enfrentar la competencia interna e ingresar a los mercados internacionales.

3.1. Evolución histórica e importancia económica de los PRODES

Los PRODES surgieron en Alemania, después de la segunda guerra mundial, como un modelo alternativo para la reconstrucción del país basado en la fuerza conjunta y la asociatividad para lograr resultados óptimos. Más adelante se fue aplicando este mismo modelo en diferentes actividades, obteniendo resultados exitosos. Tras analizar la exitosa experiencia de otros países como España y Chile en la aplicación de los Programas de asociatividad, ACOPI desarrolló este modelo para Colombia.

¹³ Fuente: ACOPI,

Los PRODES fueron aplicados por primera vez en el país en el año 1998, por ACOPI (seccional Valle del Cauca), siendo los sectores de Alimentos, Plásticos y Confecciones los primeros participantes, quienes de manera voluntaria decidieron conformar su correspondiente grupo, el cual tenía como objetivo el mejoramiento de sus procesos productivos, la disminución de sus costos y la obtención de beneficios mancomunados, conservando su independencia. Actualmente puede conformar un PRODES cualquier Pequeña o Mediana Empresa que sea afiliada a ACOPI y manifieste su intención de participar en este programa, comprometiéndose a cumplir la filosofía, objetivos y metodología establecida por los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial. Sin embargo, a pesar de ser la seccional del Valle quien aplicó por primera vez los PRODES en Colombia, quien hoy en día es líder en la aplicación de dicha figura es la seccional de Antioquia.

ACOPI, ha sido desde entonces la encargada directa de la implementación de los PRODES en Colombia; estos son programas integrales asociativos y estratégicos que buscan organizar las diferentes empresas por sectores, con el fin de aumentar su productividad y competitividad, entendiendo como competitividad la combinación eficiente de factores productivos y la capacidad de un sector económico o una empresa de generar nuevas ventajas dinámicas, y por productividad el uso eficiente de los factores para generar mayores rendimientos y beneficios económicos. De esta manera se busca encontrar nuevas oportunidades en los mercados nacionales e internacionales, valiéndose de la realización de actividades similares entre las empresas que integran los PRODES para lograr, mediante la asociatividad, objetivos comunes.

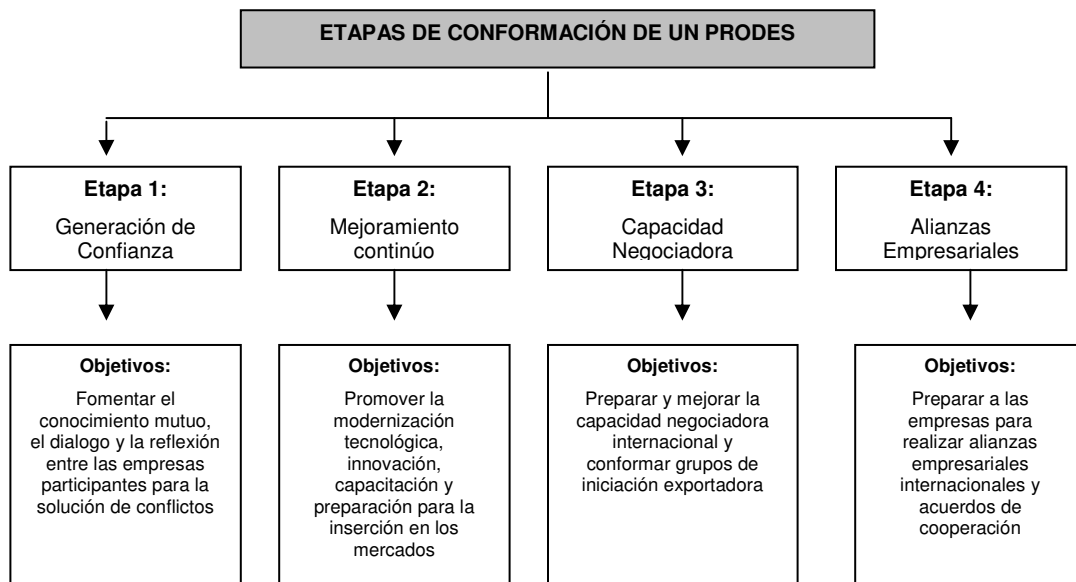
3.2. Etapas de creación de un PRODES

La creación de un PRODES implica varias etapas. La primera etapa es La generación de Confianza entre los empresarios, enmarcada en el trabajo gerencial de equipos de alto rendimiento “*Coaching*”, el cual se traduce en el mejoramiento del trabajo integral humano. Aquí se busca fomentar el conocimiento mutuo, el diálogo y la reflexión entre las empresas participantes, además se inicia el proceso para solucionar los problemas más urgentes, tanto de cada una de las empresas participantes como del grupo asociado. Aquí se incluyen puntos a tratar como: Visitas de aprendizaje empresarial entre todos los miembros del PRODES, realización del autodiagnóstico grupal, sectorial y regional, elaboración del plan de acción grupal de corto y mediano plazo e inicio de su ejecución y visitas regionales a otras empresas proveedoras, clientes, etc. relacionados con los PRODES.

La segunda etapa es el mejoramiento continuo, cuyo objetivo es promover la modernización tecnológica, innovación, capacitación y preparación para la inserción en los mercados. Aquí se incluye: Capacitación y preparación para ingresar a los

mercados internacionales, mejoramiento de las comunicaciones, capacitación en temas ambientales, conocimiento de temas legales directamente relacionados con las empresas y profundización en la formación del talento humano. El objetivo que persigue la tercera etapa llamada Capacidad Negociadora Internacional es Preparar y mejorar la capacidad negociadora internacional y conformar grupos de iniciación exportadora, incluye: Clasificaciones arancelarias, registros de importación, cotización de importaciones, consecución de proveedores internacionales de materias primas, “outsourcing”, departamento de comercio exterior virtual, cotización de exportaciones, contratos de exportaciones, estudios de mercado internacional, consecución de clientes en el exterior, análisis de aranceles de ingreso a otro país, revisión de los planes de exportaciones y asesoría en ferias y misiones comerciales.

Cuadro 9: Etapas de Creación de un PRODES



Fuente: Elaboración de las autoras.

Por último, la cuarta etapa se basa en Las alianzas empresariales y busca preparar a las empresas para realizar alianzas empresariales internacionales, acuerdos de cooperación, consorcios industriales, uniones temporales, etc. Los PRODES tienen una estructura organizativa Horizontal, es decir, no existe gerente ni junta directiva, existe un director elegido por los mismos empresarios del grupo y unas comisiones de trabajo que se irán rotando cada determinado periodo de tiempo. El reglamento interno de trabajo y funcionamiento lo determina cada uno de los PRODES pero ajustándose a unos lineamientos establecidos por ACOPI.

3.3. Organismos de apoyo y políticas gubernamentales

El SENA ha sido uno de los organismos de apoyo más importantes desde el inicio del programa, prestando sus servicios de capacitación, asesoría y asistencia técnica. Se cuenta con otros organismos como la Cámara de Comercio de Medellín, Universidades Locales, PROEXPORT, entre otros, que han participado de forma activa en el proceso de formación, capacitación y consolidación de los PRODES. Además en el Plan de Desarrollo de Antioquia 2004-2007 queda consignado el compromiso de la gobernación con los programas de asociatividad. Específicamente en la línea Estratégica 3: “**Revitalización de la economía Antioqueña**”. La cual pretende la solución de problemas como: Escaso crecimiento de la productividad, poca modernización del aparato productivo, reducción de la competitividad internacional de los principales productos, precario desarrollo empresarial y alta participación de la informalidad en la economía.

Se identifica el siguiente objetivo estratégico: dinamizar y mejorar la competitividad y sostenibilidad de la economía antioqueña. Para lograr dicho objetivo se requiere avanzar en las siguientes propuestas y objetivos generales: **1)** Mejorar la productividad y competitividad del Departamento de Antioquia al promover y fomentar el uso y aprovechamiento eficiente, racional y sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente; y, **2)** contribuir a mejorar la situación actual de las unidades económicas en el departamento de Antioquia. Este segundo objetivo involucra a los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial y se ve reflejado en: Liderar el proceso de integración y coordinación de instituciones públicas, privadas y mixtas, para obtener en el cuatrienio mejores niveles de desarrollo empresarial y crear condiciones para facilitar el acceso a recursos técnicos, humanos y financieros en las diferentes etapas del desarrollo empresarial conjuntamente con los actores públicos y privados relacionados con el desarrollo empresarial.

Además, se busca generar condiciones para mejorar los niveles de asociatividad de las unidades económicas urbanas y rurales del Departamento de Antioquia y promover y contribuir a la creación y consolidación de un sistema de información empresarial. También impulsar la coordinación de iniciativas públicas y privadas conducentes a aumentar el empleo y las oportunidades de trabajo en el Departamento. El Plan de Desarrollo de Medellín 2004-2007, tampoco es ajeno a la necesidad de la ciudad de generar procesos de integración que le permitan a las empresas ser más eficientes y competitivas. Esto queda plasmado en las líneas estratégicas cuatro y cinco.

La cuarta Línea, **Medellín Productiva, Competitiva y Solidaria**, hace referencia a la necesidad de recuperar el espíritu emprendedor y la capacidad de generar riqueza con el trabajo productivo, para lo cual es necesario incorporar la solidaridad y la equidad en el proceso económico para distribuir los beneficios entre el conjunto de la

población. Con esta línea la Alcaldía de Medellín busca fortalecer el tejido empresarial de la ciudad, en el cual participen de manera activa, no solo las grandes empresas, sino en el que se genere un espacio para la participación y crecimiento de las PyMEs y las empresas familiares. Además de estimular los diferentes procesos de asociación y economía solidaria.

La quinta Línea, ***Medellín Integrada con la Región y con el Mundo***, se refiere a la importancia de proyectar internacionalmente a la ciudad, desde una perspectiva integral, que articule los procesos económicos, sociales, políticos y culturales. Pensar el desarrollo regional en la perspectiva de Antioquia y Medellín trabajando conjuntamente, amplía las oportunidades de inserción de la región en el contexto internacional. Para esto, es necesario que la ciudad asuma el liderazgo, bajo la promoción de la Administración actual de un proyecto de internacionalización a nivel municipal y regional, que le permita generar ventajas y posibilidades competitivas frente a otras ciudades y ante el mundo.¹⁴ Además ACOPI tiene convenios importantes con: Medellín mi empresa, programa desarrollado por la Alcaldía de Medellín, con el cual tiene un acuerdo para el fortalecimiento de 35 PRODES en Medellín, Con la Cámara de Comercio del Aburrá Sur cuyo proyecto es la formación de 10 nuevos PRODES, Con la Secretaría de Desarrollo y con la Gobernación de Antioquia piensan crear 4 PRODES regionales y 4 Grupos asociativos regionales. Dichos convenios tienen una participación mutua de las entidades (40%) y ACOPI (60%).

3.4. Principales características de los PRODES

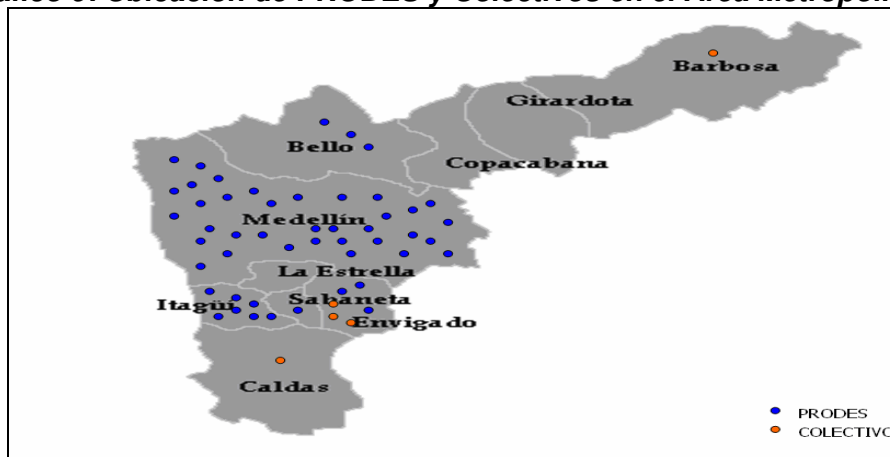
Las empresas que hacen parte de algún PRODES, buscan establecer alianzas estratégicas a fin de hacer más competitiva su gestión administrativa. Lo anterior les permite adquirir nuevos conocimientos y compartir experiencias que facilitan el ingreso a nuevos mercados y la expansión de oportunidades y beneficios hacia el interior y el exterior de la empresa. Dichos beneficios pueden dividirse en: económicos y sociales, entre los que se encuentran el fortalecimiento de la base empresarial para poder enfrentar un mundo cada vez más globalizado, el estímulo y fomento a la creación de redes empresariales, el aprendizaje permanente, continuo y colectivo de las diferentes empresas y el cambio de perspectiva cultural de la empresa, pues se pasa de una cultura individualista a una cultura de cooperación y colectividad que exige disposición, compromisos de tiempo y recursos financieros, lo cual se concreta en la firma de un acta que deben discutir y aprobar todos los miembros del PRODES y ante todo confianza entre los empresarios.

¹⁴ Alcaldía de Medellín ([http:// www.medellin.gov.co](http://www.medellin.gov.co))

La estrategia de desarrollo regional del PRODES apunta a tres frentes: Sectores estratégicos, clusters y cadenas productivas; desarrollo regional y local y tejido social y empresarial. En este momento existen en el Departamento de Antioquia 24 PRE-PRODES, los cuales consisten en PRODES ya conformados por un grupo de empresas a los cuales ACOPI les brinda asesoramiento y acompañamiento especial durante un “Tiempo de incubación” antes de salir a competir y a trabajar en el mercado como un PRODES organizado, la idea de otorgar un tiempo prudencial antes de nombrarlo PRODES organizados es ver la evolución del mismo, trabajar en sus fortalezas y debilidades y determinar si es un PRODES con posibilidades de éxito o fracaso. Es importante aclarar que la formación de los PRODES es subsidiada en su totalidad por entidades gubernamentales y descentralizadas, lo que implica que las empresas no deben pagar por las capacitaciones, procesos de sensibilización, ni por ninguna de las actividades desarrolladas en su conformación como PRODES.

Además de estos PRE-PRODES existen hasta el momento 52 PRODES, organizados, más de 47 en proceso de formación en diferentes sectores estratégicos y 57 Colectivos que manejan la misma estructura de los PRODES pero en una escala de menor tamaño y están dirigidos principalmente a los sectores de escasos recursos, en los cuales es indispensable realizar un mayor trabajo de sensibilización y capacitación. En el Área Metropolitana se encuentran localizados 48 de los 52 PRODES y 33 de los 57 colectivos, de los cuales 29 se encuentran ubicados en las comunas de la ciudad de Medellín. Esto involucra a más de 1.192 empresas de la región (605 por medio de PRODES y 587 por medio de Colectivos) y genera más de 15.000 empleos directos.

Gráfico 9: Ubicación de PRODES y Colectivos en el Área Metropolitana



Fuente: Asamblea General de Afiliados ACOPI, 2007

Gráfico 10: Ubicación de PRODES y Colectivos en Comunas de Medellín



Fuente: Asamblea General de Afiliados ACOPI, 2007

3.5. Principales características de los PRODES de Confección

Entre los PRODES organizados del sector confección en Antioquia se encuentran: PRODES Ropa Casual AS UNITY, PRODES Ropa para Bebé, PRODES Tejido Plano y Punto OCEAN, PRODES Ropa Infantil, PRODES Confecciones FÉNIX, PRODES Confecciones de Oriente, PRODES Ropa Deportiva, PRODES Ropa Casual, PRODES Gorras y Sombreros, PRODES Ropa Interior, PRODES Ropa exterior, PRODES LIMATER, PRODES Fusión y PRODES de Diseños Exclusivos DIVERSE. Aunque ACOPI es un poco hermético con la publicación de cifras exactas, pues es la manera de proteger a las empresas pertenecientes a los PRODES de las amenazas y competencias externas, optamos por entrevistar a las empresas pertenecientes a PRODES confeccionistas, de donde obtuvimos la siguiente información: Los PRODES de confección tienen en promedio 10 empresas, generan aproximadamente 10 empleos directos por empresa, aunque en este punto cabe anotar que por las características de estacionalidad que presenta este sector, el empleo temporal puede

aumentar significativamente en ciertas épocas del año, además de esto las empresas de este tipo de PRODES están en constante lanzamiento de nuevos productos y uno de estos PRODES: PRODES Bebé ya tiene institucionalizada su propia feria llamada “Expobebé”. Todas las empresas han incrementado sus ventas en los últimos años aproximadamente en un 15%, además han incrementado su capacidad de oferta, sus pedidos, ampliado sus bases de clientes y han desarrollado nuevas alianzas estratégicas que les han permitido mejorar su calidad y su capacidad de entrega.

3.6. Conclusiones

Los Programas de Desarrollo Empresarial (PRODES) aplicados en el país por la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) siguiendo los casos exitosos de otros países en el mundo, se han convertido en mucho más que un modelo de asociatividad. Aunque el proceso no es fácil, pasar de una cultura egoísta e individualista a una cultura de cooperación, solidaridad y cohercitividad puede generar muchas ventajas entre los empresarios que acogen este modelo.

El proceso implica la creación de confianza y requiere que sus integrantes incluyan además de los objetivos individuales de su empresa, los objetivos comunes del grupo y se comprometan no solo económicamente, sino en tiempo y dedicación. Sin embargo, si el grupo se organiza adecuadamente todos estos sacrificios y compromisos pueden verse recompensados con beneficios que van más allá de lo exclusivamente económico y que individualmente no habrían podido alcanzarse. Entre estos beneficios pueden encontrarse, entre otros: capacidad de negociación frente a los proveedores, disminución de costos, fortalecimiento estructural y poder competitivo ante un mundo cada vez más globalizado.

CAPÍTULO IV PRODES CONFECCIONISTAS DE MEDELLÍN-VALLE DE ABURRÁ: ANÁLISIS DE CASO

4. Introducción

El presente capítulo es producto del trabajo de campo realizado con (25) pequeñas y medianas empresas pertenecientes a (5) PRODES de Medellín y el Valle de Aburrá. La idea es abordar diferentes empresas, para cubrir aleatoriamente una muestra en algunos de los PRODES confeccionistas de la región.

De los cinco PRODES que se tuvieron en cuenta, dos tienen mayor tiempo de vinculación al PRODES y sus empresas gozan de una amplia trayectoria en el mercado. Tres de ellos se formaron recientemente, las empresas que lo conforman también llevan poco tiempo en el mercado (52% de las empresas entrevistadas tienen menos de cinco años de creación y 12% tienen más de 20) y han encontrado en los PRODES la manera de hacer dicho ingreso más fácil y efectivo. Esta diferencia enriquece el trabajo de campo que estamos realizando, ya que es una manera de analizar las diferentes percepciones que tienen los empresarios de este programa, independientemente del tiempo que lleven vinculados a ellos. Cabe resaltar que los beneficios de la asociatividad dependen a su vez de la evolución de cada una de las empresas que lo conforma y pueden incrementarse a medida que se realice un mayor trabajo de grupo y un fortalecimiento como tal. Por lo tanto los beneficios que un PRODES puede otorgar a una PyME que apenas inicia pueden variar y ser diferentes a los beneficios que genera para una empresa con mayor reconocimiento.

Por pertenecer a un sector con altos requerimientos de trabajo manual, estas empresas emplean en promedio 10 personas de forma directa aunque cabe señalar que el sector confección es uno de los más estacionales, por lo que estas empresas generan empleos temporales adicionales en ciertas épocas especiales del año. Constantemente están diseñando y lanzando nuevos productos al mercado, ya que deben trabajar al ritmo cambiante de las tendencias de la moda, donde el reconocimiento de sus empresas y de las marcas que manejan es un factor primordial para mantenerse vigente en el mercado, por lo que todas estas empresas destinan gran parte de sus esfuerzos en publicidad y en todo lo relacionado con dar a conocer su imagen.

A través de preguntas relacionadas con el entorno empresarial, las características de producción, el tipo de mercado, el fomento a la PyME en Colombia y con la vinculación y percepción acerca de los PRODES, se pretende vislumbrar cuales han

sido las principales ventajas y desventajas que este tipo de programas ha generado para sus empresas, así como las oportunidades que se pueden obtener por pertenecer a este tipo de redes asociativas.

Resaltando cualidades respectivas en cada una de las empresas, se utiliza como herramienta para su clasificación el programa para análisis multifactorial SPAD (Software Para Análisis de Datos). Este programa registra el grado de similitud, de dispersión y concentración de las empresas (con respecto a la media), además de establecer una relación directa con las variables, rescatando la importancia de mirar el desarrollo de las mismas como multicausal.

La metodología cuantitativa permite vislumbrar en qué medida inciden las variables previamente seleccionadas, cual es su significación y relación, asunto que aclara más la posición que tienen las PyMEs de los PRODES respecto a su mercado y la incidencia que tiene la participación en algún programa de asociatividad, en este caso los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial (PRODES) ya que el cuestionario previamente elaborado muestra las variables principales como: Historia de la empresa, vinculación al PRODES, organización industrial y promoción a la PyME, lo que permite definir los elementos que más caracterizan la actuación de las empresas y las razones para su vinculación a dichos programas de asociatividad.

El proceso de construcción de información consta de varias etapas. La primera etapa fue el desarrollo de un cuestionario que plasmara las preguntas que nos permitieran conocer la percepción que tenían los empresarios acerca de los PRODES y los beneficios que les había generado pertenecer a uno de ellos, así como los principales obstáculos que habían encontrado a la hora de su vinculación. La segunda etapa consistió en la búsqueda del sujeto de estudio: las empresas. El contacto se realizó directamente con ACOPI Antioquia, quien facilitó la información de cada uno de los Directores de los PRODES a los cuales pertenecen las empresas participantes en la entrevista. La tercera etapa hace referencia a la sistematización de los datos en el programa para el análisis multifactorial SPAD y el análisis descriptivo y por tablas de contingencia SPSS. Por último, la cuarta etapa consistió en el análisis de la información, apoyándose en las entrevistas (enfoque cualitativo).

4.1. El análisis multivariado

Según Cardona et. al. (2006) *“Los métodos de análisis multivariado de datos son utilizados en el estudio de grandes masas de información compleja. Se trata de métodos llamados multidimensionales, por oposición a los métodos de estadística descriptiva que tratan únicamente una o dos variables. Los métodos factoriales se enmarcan en las técnicas de Data Mining (o minería de datos) Éstos permiten confrontar numerosas informaciones, lo cuál es más práctico que análisis separados”*. El análisis factorial es

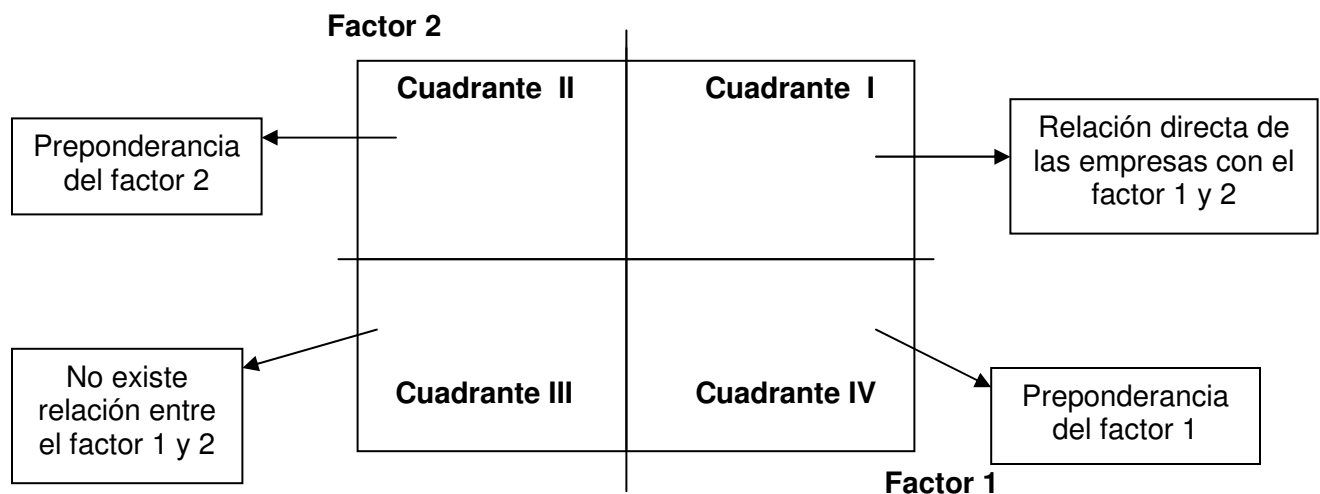
empleado en el tratamiento de encuestas. La información proveniente de estas debe recibir, previo al análisis, una reducción conceptual de dimensiones de lo observado, que puede ser subjetiva u objetiva, de acuerdo con los criterios del investigador y con el objeto de estudio. En el análisis factorial se tienen varios factores en estudio (criterios de clasificación). En estos modelos se presenta la posible interacción entre los diferentes factores.

El análisis multivariado presenta diferentes representaciones, se pueden analizar los sujetos (que en este caso serían las empresas) y las variables incluidas en el análisis, estas son representadas por puntos en un gráfico con cuatro cuadrantes. También se pueden analizar las empresas por medio de la afinidad con respecto a las variables seleccionadas para el análisis, es decir, la formación de grupos de empresas de acuerdo al porcentaje de concentración que tienen con respecto a las variables, este análisis se llama análisis de clasificación.

En esta oportunidad se analizará la primera forma de representación que hace alusión al análisis de empresas en un gráfico de cuadrantes. Para realizar este análisis hay que identificar las dos variables más importantes para las empresas seleccionadas, es decir, las que más contribución posean dentro de las unidades analizadas, estas serán llamadas factor uno y factor dos. Cada cuadrante tiene una significación diferente.

Si las empresas (representadas por puntos) se encuentran en el cuadrante número uno, indica que hay una relación directamente proporcional entre estas empresas con el factor uno y el factor dos; el cuadrante dos indica que el factor uno influye en gran medida para las empresas ubicadas allí; el cuadrante tres indica que no hay una relación entre las empresas que tienen como elementos principales el factor uno y dos; y el cuadrante cuatro indica que el factor dos tiene una fuerte contribución en las empresas ubicadas allí.

Gráfico 11: Análisis Factorial



Fuente: Elaboración de las autoras

Para efectos del análisis, se utilizarán los siguientes códigos:

No.	Rótulo	Características	Modalidad	Categoría
Estructura (relación de los factores de producción en el territorio)				
3.2	2Benprov	¿El pertenecer a PRODES le ha generado algún beneficio frente a sus proveedores?	Contactos permanentes	1
			Contratos permanentes	2
			Exclusividad	3
			Rapidéz en el servicio de entrega	4
			Precios Bajos	5
			Otros	6

No.	Rótulo	Características	Modalidad	Categoría
Redes y cadenas productivas				
3,12	2Acuer	Los acuerdos pactados le han permitido	Mantener	1
			Aumentar	2
			Disminuir	3
			No responde	4
			No tiene alianzas	5
3,28	2Alian	¿esta empresa posee alguna alianza estratégica con sus clientes para producir y comercializar sus productos?	Si	1
			No	2

No.	Rótulo	Caracteristic	Modalidad	Categoría
Redes y cadenas productivas				
3.28.1	2TipA	¿De qué tipo?	Subcontratación de productores	1
			Asociación de producción	2
			Asociación de compras y ventas conjuntas	3
			Compras directas a nuevos proveedores	4
			Ventas directas a nuevos clientes	5
			Compras a través de intermediarios	6
			Ventas a través de distribuidores	7

No.	Rótulo	Características	Modalidad	Categoría
Funcionamiento en el mercado				
3,9	2EVent	Lo que su empresa produce se vende en	Las grandes cadenas del exterior	1
			Las grandes cadenas de Colombia	2
			Las cadenas minoristas	3
			Otro	4
			No responde	5

No.	Rótulo	Características	Modalidad	Categoría
Promoción a la PyME				
4,1	4Ley	¿Conoce la ley 590 del 2000?	Si	1
			No	2
			No responde	3

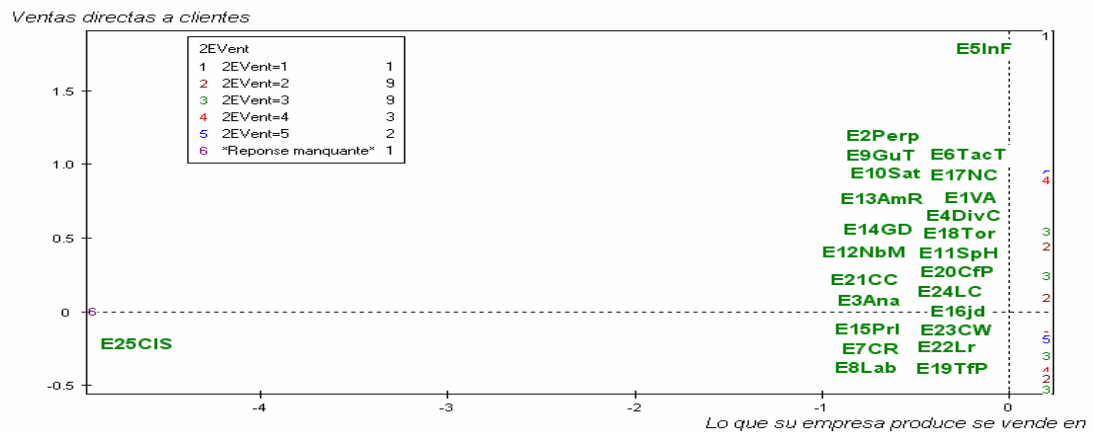
No.	Rótulo	Características	Modalidad	Categoría
PROMOCIÓN A LA PYME				
4.5	4Colom	¿Considera que en Colombia hay condiciones para que la Pyme desarrolle una vocación exportadora sostenible?	Si	1
			No	2
			No responde	3

No.	Rótulo	Características	Modalidad	Categoría
Comportamiento en el mercado				
3.3	2Vent	Esta empresa vende sus productos	Localmente	1
			Regionalmente	2
			Nacionalmente	3
			Internacionalmente	4
			Local, regional y nacional	5
			No responde	6
3.4	2Comerc	¿Cuál es la cadena de comercialización de sus productos?	Directa con el cliente	1
			Comercialización por terceros	2
			Subcontratación de productores	3
			Puesta directa en los puntos de venta	4
3.5	2ActExp	Actividad de exportación	Otro	5
			Si	1
			No	2

4.2. Resultados

De acuerdo con las entrevistas realizadas, se encontró que la mayoría de los empresarios se vinculó a un PRODES por la necesidad de fortalecimiento empresarial, para competir en el mercado y como una herramienta de productividad por medio de generación de estrategias y sinergias. Por otro lado, se encontró que las mayores dificultades que se presentan en la participación dentro del programa es la poca disponibilidad de tiempo (76% de los entrevistados coinciden en que es uno de los principales obstáculos), romper con la cultura individualista y la generación de confianza entre los empresarios. Estos obstáculos se han ido superando, según los empresarios mediante procesos de sensibilización realizados por ACOPI. Sólo una de las empresas exporta sus productos a países como Venezuela, España y Centroamérica, el resto de las empresas vende sus productos a nivel nacional y se ha concentrado en atender el mercado local.

Gráfico 12: Organización Industrial de los PRODES



Fuente: Elaboración de las autoras.

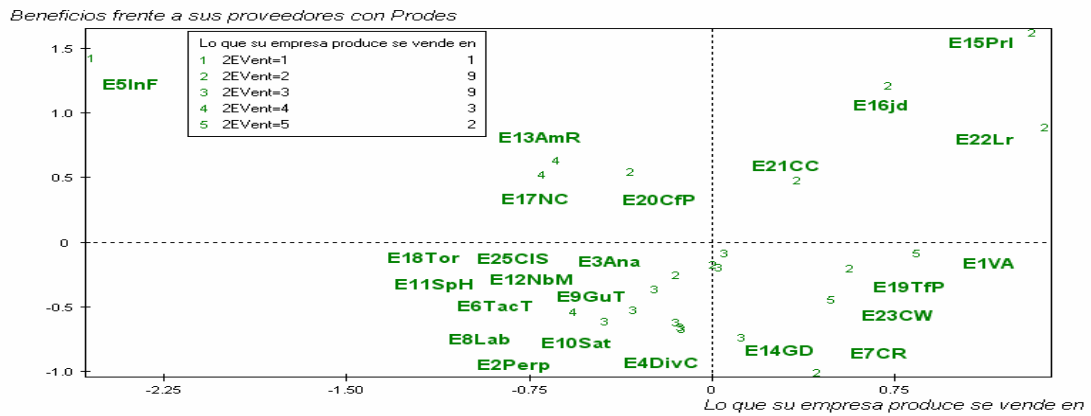
Dentro de todas las variables analizadas en el modelo, los factores más influyentes fueron:

- Factor 1:** Lo que su empresa produce se vende en
Factor 2: Ventas directas a clientes

De acuerdo con lo anterior (gráfico 12) se observa como el 72% de las empresas concentran la venta de sus productos en las cadenas nacionales, la mayoría de ellas considera que este factor guarda una estrecha relación con la venta directa a nuevos clientes. Esto es congruente con las características de las empresas que se entrevistaron donde se encuentra que sólo una de ellas exporta. Al no tener mercados

externos las empresas no necesitan canales de distribución y comercialización, sino que se dedican a ofrecer sus productos a nivel nacional de forma directa por sus vendedores y en este contexto los nuevos clientes juegan un papel fundamental para su inserción en el mercado.

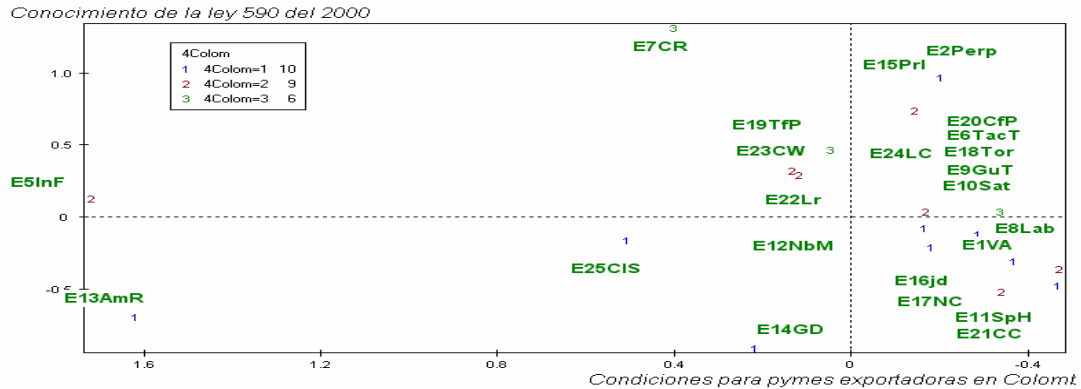
Gráfico 13: Organización Industrial de los PRODES



Fuente: Elaboración de las autoras.

Además de lo mencionado anteriormente, la mayoría de las empresas que venden sus productos a nivel nacional no han obtenido beneficios frente a sus proveedores, lo que no ha impedido que realicen sus ventas. Esto se debe a que, como mencionamos en líneas anteriores las empresas que llevan poco tiempo de vinculación en los PRODES apenas están logrando consolidarse como grupo para poder acceder a estos beneficios. De acuerdo a la opinión de algunos empresarios entrevistados, para los proveedores es mucho más atractivo abarcar un grupo que a una empresa en particular, estos ven a los PRODES como un cliente a conquistar, y el PRODES como grupo es menos vulnerable ante las condiciones del proveedor. Sin embargo las empresas deben operar con o sin disponer de dicho beneficio, aunque probablemente a medida que se consoliden como grupo, se irán obteniendo mayores beneficios por este aspecto.

Gráfico 14: Promoción a la PyME



Fuente: Elaboración de las autoras.

Otro aspecto importante es el poco conocimiento que tienen las empresas del fomento a la PyME. A pesar de que la mayoría de los empresarios considera que en Colombia hay condiciones para que las Pequeñas y Medianas Empresas desarrollen una vocación exportadora, el 90% de los entrevistados desconoce la existencia de la Ley que ampara a las PyMEs. Esto influye en las características de financiación de las empresas, donde el 60% tiene que acceder a créditos formales y solo un 16% ha accedido a algún crédito de fomento. Lo anterior indica que las empresas, al desconocer los beneficios establecidos para las PyMEs, tienen que enfrentar condiciones para las que seguramente no están preparadas.

Entre las empresas entrevistadas, ninguna tiene alianzas con sus clientes para producir y comercializar sus productos directamente por medio del PRODES. Sin embargo, dichas alianzas se generan entre las empresas que componen el grupo. Entre las estrategias más comunes que se llevan a cabo dentro de los PRODES están la compra conjunta de materias primas, que aunque no implique una alianza directa con los proveedores, si alivia muchas cargas económicas dentro del grupo, ya que muchos proveedores venden una cantidad mínima de tela o de accesorios, que muchas veces es demasiado para las unidades que una pequeña empresa produce y para que ésta asuma sola el costo. De esta manera, las empresas se unen y compran la materia prima entre ellas y se dividen los costos, de este modo pueden acceder al crédito que estos proveedores otorgan e incluso pueden obtener ciertos descuentos.

Otra alianza utilizada es mandar a confeccionar muestras a talleres, que también exigen una cantidad mínima para confeccionar y ofrecen descuentos por una mayor cantidad. Además la publicidad como PRODES es un costo compartido que muchas empresas no están en capacidad de asumir y las ventajas que obtienen son mucho mayores, ya que las entidades gubernamentales fijan su mirada más en grupos que en empresas individuales. Un claro ejemplo de lo mencionado anteriormente es la participación en ferias como Expomiami y Colombiamoda de algunas de las empresas

del PRODES DIVERSE, participación obtenida gracias a la Alcaldía de Medellín e Inexmoda.

No obstante, las empresas que componen los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial han encontrado en sus comercializadores una importante alianza para la venta de sus productos, ya que como menciona alguna de las personas entrevistadas, *“el hecho de que ellos nos reciban la mercancía en consignación, a veces sin un plazo máximo de devolución y sin ningún pago previo es una ventaja para nosotros y más por el hecho de estar comenzando, ya que es un voto de confianza hacia nuestra marca y nuestro producto”*.

Aunque ninguna de las empresas entrevistadas comparte en este momento plantas de producción, uno de los PRODES (PRODES Infantil) si realizó esta inversión en años anteriores, pero no tuvieron el éxito que tenían pensado, ya que según uno de los entrevistados *“se sobredimensionó la necesidad de producción y nos dimos cuenta que en realidad no resultaba tan productivo para nosotros como lo era producir en nuestra propias plantas. La inversión realizada fue enorme y no tuvimos los resultados que esperábamos, sin embargo eso nos fortaleció como PRODES, no siempre las dediciones tomadas son las mejores, pero eso solo se aprende con la experiencia (Norman Correa - Tutto Colore)”*. Otro PRODES que esta pensando en este tipo de alianza es el PRODES LIMATER, quienes por su actividad de maquiladores ven en este tipo de inversión una buena opción para el crecimiento de sus pedidos.

CONCLUSIONES Y POLÍTICAS

Los resultados de los programas no han sido suficientes frente a las necesidades de las unidades productivas en cuanto a competencias laborales, acceso a tecnologías, manejo financiero y del mercado. En estos instrumentos de apoyo transversal a las PyMEs en Colombia se encuentra que en algunas entidades se duplican esfuerzos al formular programas similares, con lo que se debería buscar mayor interrelación entre ellas.

Las lecciones en torno a las políticas focalizadas a las PyMEs en Colombia deberían incluir la necesidad de: **1)** visualizar y concretar las políticas a sus directos beneficiarios (los empresarios PyMEs) y la forma de acceder a los mecanismos de apoyo, **2)** crear redes de apoyo e instituciones de naturaleza empresarial con capacidad de dar respuesta diferenciada, flexible e innovadora, **3)** apoyar estrategias de PyMEs dentro de un entorno competitivo, **4)** reconocer que el hecho de otorgar instalaciones, talleres, centros tecnológicos o parques científicos, no crea por sí mismo ninguna ventaja si las lecciones de los puntos arriba mencionados no están enraizadas en su diseño, y, **5)** la necesidad de contar con una real flexibilidad en relación a las finanzas y, posiblemente, un sistema financiero diferenciado en los requerimientos PyMEs.

Los argumentos señalados tienen implicaciones para aquellos que manejan las diversas instituciones del entorno de promoción de negocios PyMEs. El mayor desafío es que para hacer frente a la creciente importancia de las empresas pequeñas y al crecimiento de las mismas se requiere actitud empresarial. Con respecto a las políticas focalizadas hacia las PyMEs se han dirigido a adoptar estilos empresariales de gestión que funcionan a través de operaciones descentralizadas, que abarcan también la problemática de la responsabilidad social, enfatizando menos el papel de la asociatividad, de los encadenamientos productivos, del aprovechamiento de las ventajas que ofrece el territorio y de la transparencia con que deben funcionar las instituciones y la objetividad de quienes formulan la política industrial del país. Teniendo en cuenta que el crecimiento regional obedece a una lógica de causación circular, en la que los encadenamientos productivos hacia atrás y hacia adelante de las empresas conducen a una aglomeración de actividades que se autorrefuerzan progresivamente; es necesario desarrollar industrias relacionadas en los diferentes sectores con experiencia y potencial exportador.

Los encadenamientos productivos, deben estar basados en la especialización flexible cuya forma espacial sería el sistema de pequeñas y medianas empresas unidas por fuertes lazos de cooperación y asociación, que contribuyan a generar economías de aglomeración resultantes de procesos productivos autocentrados, basados en recursos productivos y sociales locales y procesos mancomunados.

Teniendo en cuenta la actual coyuntura internacional y la inminente globalización de los mercados, es necesario crear nuevas alianzas estratégicas que le permitan a las unidades económicas más vulnerables como las Pequeñas y Medianas Empresas enfrentar la creciente competencia y generar posibilidades de crecimiento y expansión.

Con el fin de estimular los encadenamientos productivos, es necesario desarrollar políticas como: estímulo a la cooperación y asociación entre firmas y la creación de otras nuevas, acumulación de capital humano, provisión de infraestructura de servicios avanzados en telecomunicaciones, tecnología y asesoría empresarial, delegación de funciones de promoción económica a instituciones del orden regional y local y el fortalecimiento de los gobiernos locales.

No es fácil hacer parte de la cultura de la asociatividad, sobretodo, porque para ello se requiere romper con esquemas individualistas y egoístas predominantes en el ser humano. Es ahí donde las políticas publicas y las entidades gubernamentales deben jugar un papel fundamental como impulsores de estrategias que le permitan a los empresarios superponer los objetivos comunes a los objetivos particulares como una forma de ganar competitividad y productividad y hacer más efectivas y eficientes las unidades empresariales.

Después de analizar las diferentes opiniones que tienen los empresarios entrevistados que hacen parte de algún programa de asociatividad, podemos concluir, que si bien esta no es la panacea a todos los problemas que estos afrontan diariamente, si es una forma de unir esfuerzos para obtener mayores beneficios y mejores resultados. Sin embargo queda claro que para que la asociatividad funcione de la manera adecuada, primero deben funcionar las unidades que lo componen de manera eficiente y óptima. Un PRODES, por ejemplo, según uno de sus participantes, *“funciona como una máquina, donde cada una de sus piezas debe funcionar a la perfección. Si alguna de ellas falla, inevitablemente la máquina deja de funcionar, por esa razón es de suma importancia que desde el surgimiento y fortalecimiento del grupo se realicen trabajos de sensibilización donde cada una de las empresas asuma esa responsabilidad y sea eficiente como unidad y como grupo”*.

ANEXOS

Cuadro 1: Participación del Valor Agregado del sector textil-confección en el total de la industria manufacturera de cada región (%)

Año	Barranquilla	Bogotá	Cali	Medellín	Total Nacional
1996	2,6	3,5	2,9	8,4	3,5
1997	2,0	2,7	3,5	9,2	3,3
1998	2,0	2,9	3,4	11,2	3,7
1999	2,4	2,8	3,1	10,9	3,3
2000	2,6	3,2	3,5	13,0	4,1
2001	2,4	4,0	3,6	14,6	4,6
2002	2,2	3,2	3,0	15,3	5,4
2003	2,0	3,4	3,5	15,8	4,4
2004	2,0	3,6	3,5	15,1	4,3

Fuente: EAM, 2003

Cuadro 2: Participación del Valor Agregado del sector textil-confección en el total de la industria manufacturera Nacional (%)

Año	Barranquilla	Bogotá	Cali	Medellín
1996	4,3	27,8	11,6	41,4
1997	3,7	23,7	12,9	44,2
1998	3,3	21,8	11,9	48,0
1999	4,1	22,1	11,3	47,9
2000	3,6	18,9	9,8	49,7
2001	2,6	20,7	8,7	51,2
2002	2,8	20,4	8,2	59,8
2003	2,4	18,8	8,3	53,9
2004	2,4	19,6	8,6	52,7

Fuente: EAM, 2003

Cuadro 3: Tasa de crecimiento de las diferentes categorías del sector textil-confección, Promedio 1991-2004

Barranquilla	Bogotá	Cali	Medellín	Total Nacional
Valor Agregado (VA)				
11,317	21,585	18,272	27,160	22,696
Capital (K)				
26,214	38,822	26,412	41,637	34,285
Personal Ocupado (L)				
22,904	3,913	6,177	6,793	5,113
Productividad del trabajo (VA/L)				
18,523	16,943	14,256	19,422	17,585
Productividad del capital (VA/K)				
-8,018	-6,750	-2,938	-2,192	-5,334

Fuente: EAM, 2003

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOPI, Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

CARDONA et. al. (2006) "Territorialidad, productividad y ciclo de vida de las industrias en Colombia (1980-2000)" Grupo de Estudios Sectoriales y Territoriales –ESYT–. Universidad Eafit-Medellín. Universidad de Manizales, Universidad Católica Popular de Risaralda y Colciencias.

CARDONA Marleny y ÁNGEL, Adriana (1999) "Impacto de las redes industriales en la política sectorial: el caso de los alimentos, textil-confección y metalmecánico". Mimeo, investigación institucional.

CARDONA, Marleny y CANO Gamboa, Carlos Andrés (2006) "Territorio, ciclo de vida y estructura empresarial: Un puente en la industrialización regional". Grupo ESYT. ISBN 958-8173-98-1.

CARDONA, Marleny y Coronado, Camilo (2000) "Surgimiento de firmas regionales colombianas (1995-2000)". Universidad EAFIT. Medellín.

DANE. Encuesta Anual Manufacturera (2000).

ESCOBAR Catalina y Ana Milena Vera (2005) "Administración, aplicación y evaluación de las políticas públicas ambientales en el Valle de Aburrá". Departamento de Economía Universidad Eafit-Medellín.

GEREFFI, Gary (1997) New regional divisions of labor in an era of globalization. Department of sociology Duke University. Paper presented at a conference on "globalization, the formation of economic Blocs, National States and Regional Response". Utrecht, The Netherlands, June 12-13.

JARILLO, José Carlos (1993) "Estrategia Internacional". Mc Graw-Hill.

MULLER, Pierre y SUREL, Yves (1998) "El análisis de las Políticas Públicas".

PIKE, Frank (1995) "Las redes Cooperativas de pequeñas empresas". Ed. Galac. Caracas.

SALAZAR Vargas, Carlos (1995) "Las Políticas Públicas". Bogotá: Universidad Pontificia Javeriana.

Páginas de Internet

www.agrocadenas.gov.co

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. [http:// www.medellin.gov.co](http://www.medellin.gov.co)> Plan de Desarrollo de Medellín 2004-2007.

www.bancoldex.com

Cadena Textil Confección en la Unión Europea.

<http://www.colombiacompite.gov.co/archivos/MERCADO%20EUROPEO12.pdf>

www.camaramed.org.co (Cámara de Comercio de Medellín)

www.eclac.cl/mexico/noticias

www.inexmoda.org.co

www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp

www.proexport.com

www.un.org (ONU)

www.wto.org/indexsp.htm (OMC)