

**MONOGRAFIA “INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR  
CONFECCIONES EN BOGOTÁ”**



**JAVIER RESTREPO RODRÍGUEZ**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
BOGOTA D.C.  
2012**

**MONOGRAFIA “INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR  
CONFECCIONES EN BOGOTÁ”**

**JAVIER RESTREPO RODRIGUEZ**

**Tesis de Grado: Monografía**

**Asesor:  
Gustavo Mauricio Soler  
Economista**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
BOGOTÁ D.C.  
2012**

**Aceptación**

**Nota**

---

---

---

---

**Jurado**

---

**Jurado**

Bogotá D.C. 29 Octubre del 2012.

## **AGRADECIMIENTOS**

Después de un largo camino veo alcanzado uno de mis grandes sueños, hoy quiero dedicar este trabajo a mi familia principalmente, a los profesores de la Facultad que durante estos años me formaron profesionalmente, para trazar un camino a seguir y a todos mis amigos y compañeros que me acompañaron en este proceso.

## TABLA DE CONTENIDO

1	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	16
2	<b>Objetivos</b> .....	18
2.1	Objetivos Generales.....	18
2.2	Objetivos Específicos .....	18
3	<b>Metodología de la Investigación.</b> .....	19
4	<b>Justificación</b> .....	21
5	<b>Marco de Referencia</b> .....	22
5.1	Marco Teórico. ....	22
6	<b>Identificación del Problema</b> .....	24
6.1	Planteamiento del Problema. ....	24
6.2	Estructura del sector Confección en Colombia y la Región de Bogotá .....	24
6.3	Participación del Sector Confecciones en la economía de Bogotá .....	26
7	<b>Resultados de la II Encuesta Regional de Innovación para la Industria Manufacturera de Bogotá y Cundinamarca.</b> .....	30
7.1	Comportamiento Innovador de la Industria en Bogotá y Cundinamarca .....	30
7.2	Ejecución de la Innovación en Bogotá y Cundinamarca. ....	32
7.3	Modos y Formas de Innovar .....	33
7.3.1	Modos de Innovar según desempeño Innovador .....	33
7.4	Desempeño Innovador del sector Confección en Bogotá en Productos y Proceso.....	34
7.5	Desempeño Innovador en tecnología del sector Confección en Bogotá.....	36
7.6	Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología – Medición de la Innovación, Investigación y Desarrollo .....	37
7.7	Análisis del Innovación Sector Confecciones .....	39
8	<b>Resultado del Informe de Emprendimiento en Bogotá – Proyecto “GEM”</b> .....	40
8.1	Resultados del Emprendimiento en Bogotá.....	40
8.1.1	Tasa de Actividad Emprendedora. ....	41

8.1.2	Dinámica Empresarial en Bogotá.....	42
8.1.3	Perfil del Emprendedor.....	43
8.1.4	Evaluación de los Factores para Creación de Empresa.....	45
8.1.5	Comportamiento del Empleo en Bogotá.....	46
<b>9</b>	<b>Programas de Apoyo Gubernamentales al Sector de las Confecciones.....</b>	<b>48</b>
9.1	Programa de Transformación Productiva para el sector de las Confecciones.....	48
9.2	Clúster de la Moda en Bogotá.....	53
9.3	Apoyo en proyectos de Innovación – Gobierno Nacional “Colciencias” Sistema General de Regalías.....	54
9.4	Plan Regional de Competitividad Bogotá - Cundinamarca para el Sector Textil y Confecciones.....	57
9.5	Beneficios de Tratado de Libre Comercio – Colombia Estados Unidos para el Sector de las Confecciones.....	59
9.5.1	Principales Ventajas del TLC Vs Acuerdo ATPDEA.....	61
9.5.2	Estrategias para Incursionar en el mercado de Confecciones en Estados Unidos.....	63
<b>10</b>	<b>Principales Oportunidades de las Empresas que Trabajen en Innovación y Estrategias a Desarrollar para Mejorar la Competitividad.....</b>	<b>64</b>
10.1	Potencial de Colombia para ampliar el mercado a nivel internacional en Confecciones.....	64
10.2	Productos con mayor potencial en Colombia en Exportaciones en Confecciones.....	65
10.3	Principales países Importadores de Confecciones a nivel mundial.....	66
10.4	Principales países exportadores de confecciones a nivel mundial.....	67
10.5	Principales tendencias a nivel mundial en Confecciones para aumentar la demanda.....	68
10.5.1	Ventas de Moda por Internet – Preferencias de los “E-FASHION CONSUMER”.....	68
10.5.2	Desarrollo de Franquicias de Moda y Confección.....	72
10.5.3	Tiendas por departamentos o especializadas con Marcas Propias.....	74
10.5.4	Megatendencias.....	75

11	<b>Estrategias de Competitividad con Generación de Valores Agregados del Productor a Nivel de Paquete Completo, Colecciones Completas.....</b>	83
12	<b>CONCLUSIONES.....</b>	85
13	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	88

## LISTA DE GRÁFICOS

Grafica 1 PIB Nacional Sector Confecciones.....	25
Grafica 2 Distribución de Producción Sector Confecciones por regiones .....	26
Grafica 3 Participación de Bogotá en el PIB Nacional .....	26
Grafica 4 Índice de Atractividad de Inversiones 2011 .....	27
Grafica 5 Participacion del Sector Confecciones en la Economía de Bogota.....	28
Grafica 6 Crecimiento del PIB Confecciones Nacional vs PIB Confecciones Bogotá.....	28
Grafica 7 Composición de la Producción de la Cadena Fibra - Textil - Confección en Colombia	29
Grafica 8 Comportamiento Innovador de la Industria en Bogotá.....	31
Grafica 9 Desempeño Innovador Sector Confecciones Bogotá .....	34
Grafica 10 Índice de desempeño innovador en Producto y Proceso Sector Confecciones .....	35
Grafica 11 Porcentaje de empresas del sector confecciones que invierten en tecnología .....	36
Grafica 12 Inversión en maquinarias y equipos como porcentaje de las ventas .....	36
Grafica 13 Inversión de Bogotá en ACTI .....	37
Grafica 14 Inversión de Bogotá en actividades de I+D .....	38
Grafica 15 Tasa de Actividad emprendedora en Bogotá.....	41
Grafica 16 Dinámica empresarial en Bogotá .....	42
Grafica 17 Distribución empresas sector confecciones en Bogotá .....	43
Grafica 18 Perfil actividad emprendedora.....	43
Grafica 19 Nivel de ofertas innovadores de acuerdo a su nivel educativo .....	44
Grafica 20 Evaluación de Factores para Creación de Empresa.....	45
Grafica 21 Tasa de desempleo en Colombia y Región Bogotá.....	46
Grafica 22 Crecimiento del empleo en Bogotá - Sector Confecciones.....	47
Grafica 23 Inversión gobierno nacional en ACTI.....	55
Grafica 24 Distribución de Regalías en ACTI para Bogotá .....	56
Grafica 25 Sector Confecciones Exportaciones de Colombia hacia EEUU.....	59
Grafica 26 Posiciones arancelarias de confecciones de mayor y menor competitividad en el mercado de EEUU .....	60
Grafica 27 Productos de Mayor Potencias en Exportaciones .....	65
Grafica 28 Principales países importadores de confecciones a nivel mundial .....	66
Grafica 29 Principales países exportadores de confecciones a nivel mundial .....	67
Grafica 30 Compras Comercio Online –Región Latino América .....	68
Grafica 31 Distribución de compras en internet en la región de Latino América .....	69
Grafica 32 Personas que compran por internet .....	69



Grafica 33 Preferencias de las personas al compra ropa por internet.....	70
Grafica 34 Evolución de número de franquicias en Colombia.....	72
Grafica 35 Distribución de Franquicias por Sector.....	72
Grafica 36 Rangos de Inversión para iniciar una franquicia.....	73

## LISTA DE TABLAS

Tabla No 1 Formas de Innovar sector industrial Bogotá .....	30
Tabla No 2 Ejecución de Innovación Sector Industrial Bogotá.....	31
Tabla No 3 Modos de Innovar sector Industrial Bogotá.....	32
Tabla No 4 Modos de Innovar en producto y proceso sector industrial Bogotá.....	32
Tabla No 5 Avances del Programa de Transformación productiva.....	48
Tabla No 6 Retos del Sector confecciones para mejorar su competitividad.....	49
Tabla No 7 Sector Confecciones participación de Colombia en Mercados internacionales.....	63

## GLOSARIO

A. Definiciones de innovación de acuerdo a la II Encuesta Regional de Innovación para la industria Manufacturera De Bogotá Y Cundinamarca<sup>1</sup>:

- **Innovación:** Es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), proceso, método de marketing, o método de organización. Un nuevo producto se considera introducido cuando se lanza al mercado y un proceso cuando ha sido utilizado efectivamente en las operaciones de una empresa.
- **I+D Investigación y Desarrollo:** Actividad sistemática que tiene un componente importante de investigación, que dan origen a un nuevo conocimiento aplicado al desarrollo de productos o procesos.
- **Sin I+D Investigación y Desarrollo:** Actividad sistemática que no tienen un componente de investigación y que se caracteriza por la combinación de conocimientos existentes antes que por generación de conocimiento nuevo.
- **Actividad Ocasional:** Actividades que dan lugar a la realización de un proyecto por quipos de trabajo creados para el efecto y luego se desintegran.
- **Actividad Tareas Normales:** Actividades que se desarrollan dentro de las actividades normales de la empresa.
- **Modo de Innovar en Adopción:** Copia o imitación duplicada de los desarrollos generados por otros, sin cambios o con modificaciones apenas marginales, pero que pueden resultar novedosos en los contextos donde actúan las empresas.
- **Modo de Innovar en Adaptación:** Imitación creativa de productos o procesos desarrollados por otros, con esfuerzos por hacerlos más funcionales con adaptaciones o mejoras incrementales.

---

• <sup>1</sup>**Florentino Malaver (2011)** Formas de innovar, desempeño innovador y competitividad industrial de acuerdo a la II Encuesta Regional de Innovación para la industria manufacturera de Bogotá y Cundinamarca, consultado agosto del 2012 del sitio CCB : [camara.ccb.org.co/documentos/6224\\_encuesta\\_dllo\\_tec.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6224_encuesta_dllo_tec.pdf)

- **Modo de Innovar en Creación:** Predominan los esfuerzos y capacidades internas de las empresas para crear productos y procesos.
- **Empresas no innovadores “ENI”:** Empresas que no han realizado actividades de innovación y no han tenido resultados de innovación.
- **Empresas Potencialmente Innovadores “EPI”:** Empresas que han adelantado actividades de innovación, pero no han obtenido desarrollos novedosos o se han desarrollado para la misma empresa.
- **Empresas innovadoras en sentido amplio “EIA”:** Empresas que implementan innovaciones que corresponden básicamente a mejoras significativas para el mercado nacional como resultado o no de actividades de I+D.
- **Empresas Innovadores en sentido estricto “EIE”:** Empresas que implementan innovaciones que cumplen como mínimo dos de las tres siguientes condiciones: son productos de proyectos formales de I+D internos o de cooperación tecnológica, son nuevas con o sin patente, o lo son para el mercado internacional.
- **ACTI:** Sigla de Actividades de Ciencia tecnología e Innovación.

## B. Definiciones de Emprendimiento de acuerdo Reporte Anual Bogotá Global Entrepreneurship Monitor “GEM”<sup>2</sup>.

- **Emprendimiento:** Proceso que involucra las actividades de las personas en cuanto a comenzar y gerenciar un negocio, considerando que las personas involucradas en actividades emprendedoras pasan por diferentes fases, desde la inicial donde el negocio está en gestación, posteriormente a la fase del establecimiento del negocio y la posibilidad de cierre del mismo.
- **Tasa de Actividad emprendedora (TEA):** Tasa de personas entre 18 y 64 años que son emprendedores nacientes y/o nuevos emprendedores.
- **Economía impulsadas por los factores:** Es una economía de la región basada en producción agrícola y extracción de materiales.
- **Economía impulsadas por la eficiencia:** Es una economía de la región que muestran un mayor desarrollo en la industria y la manufacturera.
- **Economías impulsadas por la innovación:** Son economías que se caracterizan por su alto nivel de desarrollo.
- **Emprendedor Potencial:** Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que no están involucrados en actividades emprendedoras y que intentaría comenzar una empresa en los próximos tres años.
- **Emprendedor Naciente:** Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están activamente comprometidos con el establecimiento de un negocio del cual es propietario o copropietario y que no ha pagado salarios, honorarios o de cualquier otro tipo a los dueños, por más de tres meses.

---

<sup>2</sup>Rafael Augusto Vesga (2011) Reporte Anual Bogotá Global Entrepreneurship Monitor “GEM”, consultado agosto del 2012 del sitio web GEM CONSULTING [www.gemconsortium.org/](http://www.gemconsortium.org/)

- **Nuevo Empresario:** Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son actualmente propietarios y/o administradores de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o de cualquier otro tipo por un periodo de 3 a 42 meses.
- **Empresario Establecido:** Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son actualmente propietarios y/o administradores de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o de cualquier otro tipo de por un periodo superior a los 42 meses.
- **Paquete Completo:** Es un esquema de producción, el cual consiste en que el productor de la prenda es responsable de la elaboración total, desde el proceso de compra de los insumos, la producción de las telas, teñidos, confección, empaclado y envío de la prenda hacia su destino.
- **Colecciones Completas:** Es un esquema en donde un proveedor se especializa proveer a una marca internacional el diseño, marketing, logística de toda la cadena.

## RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

En Colombia el sector de las confecciones ha sido uno de los sectores de mayor tradición y reconocimiento en la economía nacional, marcado principalmente por ser uno de los mayores generadores de empleo para las pequeñas y medianas empresas, en los últimos años el sector ha venido afrontado grandes cambios tanto en el mercado nacional como el internacional, para lo cual se destaca la importancia de generar productos innovadores y de alta calidad que generen un valor agregado que le permitan al sector la apertura de nuevos mercados.

Por lo anterior se analizó el avance en innovación del sector, donde se encontró que el 55% de las empresas del sector confecciones en Bogotá, no desarrollan ningún proceso de innovación muy por debajo del promedio de la industria nacional que se encuentra en un 28.7%, principalmente por su poca inversión en tecnología y bajo desarrollo en nuevos procesos de confección.

Con respecto a los nuevos emprendimientos se pudo detectar que la mayoría no cuentan con actividades de Investigación y Desarrollo, para asegurar la sostenibilidad del proyecto, principalmente por desconocimiento de los programas de apoyo que ofrece el gobierno nacional y el gobierno local.

Para disminuir estos impactos presentamos los principales programas del gobierno nacional, que permitan que los nuevos emprendimientos sean exitosos y las nuevas tendencias a nivel mundial que permitan aumentar la demanda con productos innovadores.

## 1 INTRODUCCIÓN

El sector de las confecciones en Bogotá, es considerado como uno de los de mayor dinamismo en la economía local, en la actualidad el sector no cuenta con productos y servicios diferenciadores que le aseguren una mayor competitividad, para esto desarrollaremos los principales aspectos a tener en cuenta en las actividades de innovación y emprendimiento.

El trabajo se ha dividido en cuatro puntos. El primero comportamiento innovador de la industria de las confecciones, donde se analiza el bajo nivel de innovación y de que manera los procesos innovadores se pueden alinear a los programas de innovación y emprendimiento desarrollados por el gobierno, gremios y empresa privada.

En el segundo punto desarrollaremos los resultados del emprendimiento con lo principales factores para tener en cuenta para la creación de empresa, destacando el perfil de los nuevos emprendimiento y hacia donde enfocar los mayores esfuerzos con el fin de generar procesos exitosos e innovadores.

En tercer lugar presentamos los programas impulsados por el gobierno y de que forma acceder a ellos para que las pequeñas y medianas empresas tengan una mayor competitividad. En el cuarto lugar hablaremos de las principales estrategias que pueden desarrollar las empresas para crecer en los mercados internacionales, teniendo como ventaja la ubicación geográfica, la mejora en seguridad y estabilidad jurídica, alineados a un avance significativo en los proyectos de investigación y desarrollo.



Por todo lo anterior este trabajo busca presentar los nuevos retos, que tiene las empresas para que desarrollen actividades de innovación, investigación y desarrollo, que permita tener un conocimiento constante del consumidor, un buen manejo en los sistemas de distribución y comercialización, con el fin de lograr un acceso a nuevos mercados con factores de diferenciación y calidad

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivos Generales**

Determinar el componente innovador en los nuevos emprendimiento de la industria de confecciones en Bogotá D.C.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Definir el perfil de la industria de las confecciones en Bogotá.
- Evaluar el componente de innovación en los nuevos emprendimientos de la industria de las confecciones en Bogotá.
- Identificar los programas de apoyo al desarrollo empresarial del Gobierno Nacional y del Gobierno Local.

### **3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

La investigación será desarrollada bajo el “Método Explicativo”, donde nos enfocaremos en un análisis sectorial de las principales variables económicas, avances en innovación y emprendimiento, marcado en el proceso de la recolección de información en fuentes primarias y secundarias.

Igualmente el desarrollo de este trabajo se analizarán los principales indicadores que marcan los avances en procesos innovadores para productos, procesos, marketing y organización, lo anterior siguiendo las recomendaciones del “Manual de Oslo sobre innovación”.

Otro factor importante dentro de la metodología de investigación será los avances en el sector de las confecciones, con un enfoque en descubrimiento, invención y procesos para nuevos productos y canales de distribución.

Las fuentes utilizadas corresponden a los estudios y análisis sectoriales generados por empresas, gremios asociaciones y centro de investigación.

#### **FUENTES PRIMARIAS**

- II Encuesta Regional de Innovación para la industria manufacturera de Bogotá y Cundinamarca desarrollada por la Cámara de Comercio de Bogotá y la Pontificia Universidad Javeriana...
- Reporte anual de emprendimiento desarrollado por Global Entrepreneurship Monitor “GEM”.

#### **FUENTES SECUNDARIAS**

- Cidetexco.
- Cámara de Comercio de Bogotá.
- ANDI –ACOPI – FENALCO.
- Observatorio Nacional de la Moda.
- Comisión Regional de Competitividad Bogotá - Cundinamarca.

- Departamento Nacional de Planeación.
- Departamento Nacional de Estadística - DANE.
- Trade Map.
- Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología.

## 4 JUSTIFICACIÓN

El propósito de la investigación es determinar como el sector de las Confecciones por medio del apoyo de los programas del gobierno nacional y del gobierno de local, pueden impulsar los nuevos emprendimientos, desarrollando productos y procesos innovadores, ubicando al sector dentro de los más importantes en la economía regional.

Se ha escogido este tema debido a que el sector de las confecciones de acuerdo a Encuesta Anual Manufacturera del año 2010, realizada por el Departamento Nacional de Estadística “**DANE**”, representa el 8% de los establecimientos industriales, el 7.5% del personal ocupado, el 2.3% de la producción bruta y el 2.6% del valor agregado, adicionalmente el 90% de las empresas son microempresas y el sector de las confecciones se encuentra dentro de los cinco sectores estratégicos del sector manufacturero del Programa de Transformación Productiva liderado por el Ministerio de Comercio de Industria y Turismo.

## 5 MARCO DE REFERENCIA

### 5.1 Marco Teórico.

El sector de las confecciones se define <sup>3</sup> como un proceso industrial mediante el cual se desarrollan actividades de armado y corte, para la posterior unión de las partes, el sector antes definido en Colombia se ha caracterizado por su dinámica empresarial desde los años 1940<sup>4</sup> cuando llegan las tendencias Europeas y Americanas, surgiendo las principales empresas de textiles y confección como son Lafayette, Valher, Indulana y Everfit.

A partir de los años 1950 crece la presentación de desfiles de moda de diseñadores extranjeros con confecciones elaboradas en Colombia, principalmente de ropa femenina con este auge crece el mercado, para los años 1960 se dan la gran revolución del movimiento hippie que marco una de las mayores tendencias de moda de todos los tiempos, luego para los años 1980 toma fuerza el diseño de modas principalmente de ropa femenina con innovación de líneas, textiles y colores, pero posteriormente a finales de esta década la industria comienza la crisis como consecuencia de liberación de las importaciones, la revaluación de la moneda y el contrabando textil y confecciones.

Dentro del análisis microeconómico el sector de las confecciones se caracteriza por manejar una demanda elástica, ya que una baja en los precios hace que la demanda suba más que proporcionalmente, principalmente por las promociones y descuentos que realizan los almacenes y grandes superficies., otra característica de este sector está determinado por ser un bien complementario ya que aumento del precio de las confecciones disminuye la demanda de las confecciones, esta tendencia se presenta por las recesiones económicas, siendo el sector de las confecciones uno de los más afectados a nivel mundial.

---

<sup>3</sup>Definición Sector Confecciones. Consultado agosto 2012. En sitio web <http://www.definicionabc.com>

<sup>4</sup>Historia del diseño de vestuario en Colombia. Consultado agosto 2012 . del sitio web <http://www.proyectod.com/finalizacion/historia>

A nivel de las variables macroeconómicas el sector de las confecciones ha sido uno de los sectores de mayor tradición y reconocimiento en la economía nacional, marcado principalmente por ser de los mayores generadores de empleo para las pequeñas y medianas empresas, este sector representa el 0.9% del PIB nacional y el 6.2% del PIB Industrial, igualmente se resalta la importancia en las exportaciones que representan el 4% de mercado tradicional.

Con respecto a los mercados internacionales existe una baja participación de Colombia a nivel mundial ubicándose en el ranking mundial en el puesto No 49, en exportaciones de confecciones con un participación del 0.18% del mercado mundial, esto como resultado de enfocar el volumen de exportaciones es hacia los países de la región andina y Estados Unidos.

Otro punto desarrollando en la investigación es la hipótesis shumpeteriana<sup>5</sup> la cual define <sup>2</sup>”La relación entre la innovación y el poder del mercado es compleja, dado que las grandes empresas han hecho grandes aportaciones a la investigación y al desarrollo, debemos ser cautos antes las afirmaciones que el gigantismo es malo. Al mismo tiempo hemos de reconocer que las pequeñas empresas y los individuos han logrado algunos avances tecnológicos mas revolucionarios y están realizando una partea cada vez mas de I+ D, financiada por la industria. Para fomentar la innovación rápida un país debe proteger los distintos enfoques y organización”.

Para entender los avances de innovación del sector confecciones, se realizara bajo los conceptos del Manual de Oslo, que define las mediciones y estudios de actividades científicas, para los tipos innovación en producto, proceso, marketing y organización, lo anterior basado en la GUÍA PARA LA RECOGIDA E INTERPRETACIÓN DE DATOS SOBRE INNOVACIÓN editado por Eurostat (1992 ).

---

<sup>5</sup>Samuelson Paul, Nordhaus (2002) El oligopolio y la competencia monopolista. Ed Mc Graw Hill. Economía. Pg. 168 España

## 6 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

### 6.1 Planteamiento del Problema.

La investigación plantea el problema ***“Determinar la importancia de trabajar en la innovación y emprendimiento para asegurar la sostenibilidad del sector confecciones en Bogotá”***, teniendo en cuenta el mercado internacional y la llegada de nuevos competidores internacionales al mercado local.

Por lo anterior el alcance de esta investigación va desde el análisis del sector confección en Bogotá, pasando por los avances del sector en innovación y emprendimiento de acuerdo al ***“Plan regional de competitividad Bogotá y Cundinamarca”***, hasta terminar presentado las competencias e infraestructura requeridas y oportunidades que tienen las empresas que realizan innovación en sus productos para tener una mayor competitividad.

### 6.2 Estructura del sector Confección en Colombia y la Región de Bogotá.

En Colombia la industria del sector confecciones se caracteriza por su dinamismo en la economía nacional, siendo uno de los mayores generadores de empleo y creación de valor agregado, este sector como muchos otros atravesó su mayor crisis para los años 2008 y 2009, donde la producción se contrae en un -13%, caso diferente para el año 2010 que represento año de optimismo y recuperación del sector en donde tuvo un crecimiento en la producción del 7%, representado en 0.9% del PIB nacional y el 6.2% del PIB Industrial.





**Grafica 1** PIB Nacional Sector Confecciones

Fuente DANE

Cifras en Miles de Millones Pesos

Valores a Precios constantes Base año 2005

La crisis que ha venido presentado el sector en los últimos años, ha sido por efecto de la recesión de países en Europa y de Estados Unidos, baja de los precios internacionales principalmente con los impactos de la producción de los países asiáticos, el contrabando como la principal causa en la caída de la producción y la caída de las exportaciones hacia países como Venezuela y Ecuador por el cierre a los mercados.

La concentración de los principales centros de confección se encuentran en Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico donde se ubican el 90% de las empresas del sector, tradicionalmente Medellín ha sido la capital de la Moda, pero Bogotá ha tenido un avance significativo siendo en la actualidad, la ciudad más importante para el sector confección representando el 45% de la producción nacional.

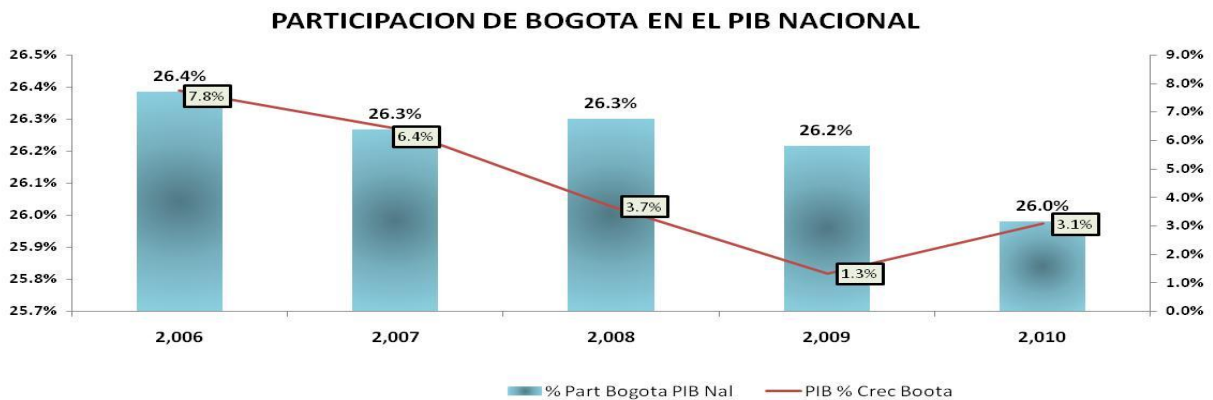


Grafica 2 Distribución de Producción Sector Confecciones por regiones

Fuente PIB por regiones (2010) DANE.

### 6.3 Participación del Sector Confecciones en la economía de Bogotá.

Bogota es considerando el mayor centro de produccion y el principal centro de la economia en Colombia , en la actualidad concentra el 26% de PIB Nacional y su economia crece a una tasa del 3.1% para el año 2010.



Grafica 3 Participación de Bogotá en el PIB Nacional

Fuente DANE

La economía de Bogotá se marca principalmente por ser el mayor mercado nacional con una población alrededor de los 7.5 Millones de personas, con un crecimiento para el año 2010 del 3.0% del PIB, igualmente la fortaleza que tiene Bogotá en su posicionamiento estratégico dentro de la región la consolida como la novena ciudad en Latinoamérica más atractiva para realizar inversión extranjera, <sup>6</sup>principalmente por sus factores de consumo público y privado, el aumento en la inversión en infraestructura y una mayor dinámica de las exportaciones.



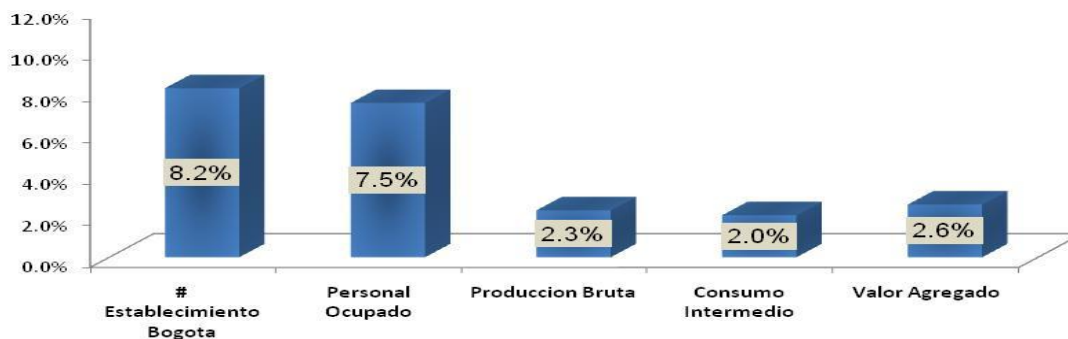
**Grafica4 Índice de Atractividad de Inversiones 2011**

Fuente: Idn Inteligencia de Negocios  
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones CCB

A nivel industrial el sector de las confecciones de acuerdo a la Encuesta Anual Manufacturera elaborada por el DANE para el año 2010, representada el 8 % de las empresas totales, el 7.5% del personal Ocupado, el 2.3% de la producción Bruta, el 2.0% del consumo intermedio y el 2.6% del valor agregado.

<sup>6</sup>Ricardo Ayala Ramirez (2011) Entorno Económico de la Región Bogotá - Cundinamarca, Observatorio de la Región Bogotá y Cundinamarca, Cámara de Comercio de Bogotá consultado en agosto del 2012 del sitio web Cámara de Comercio de Bogotá :<http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>

### Participación del sector Confecciones en la economía de Bogotá

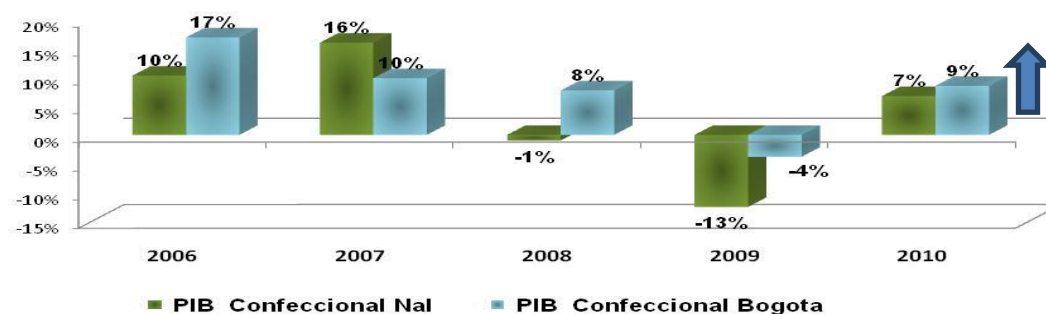


Grafica 5 Participación del Sector Confecciones en la Economía de Bogotá

Fuente : Encuesta Anual Manufacturerara año 2010 - DANE

EL PIB para el sector confecciones para el año 2010 presenta unos mejores indicadores mientras la economía nacional creció el 4% el sector confecciones a nivel nacional creció el 7% y para Bogotá creció al 9%.

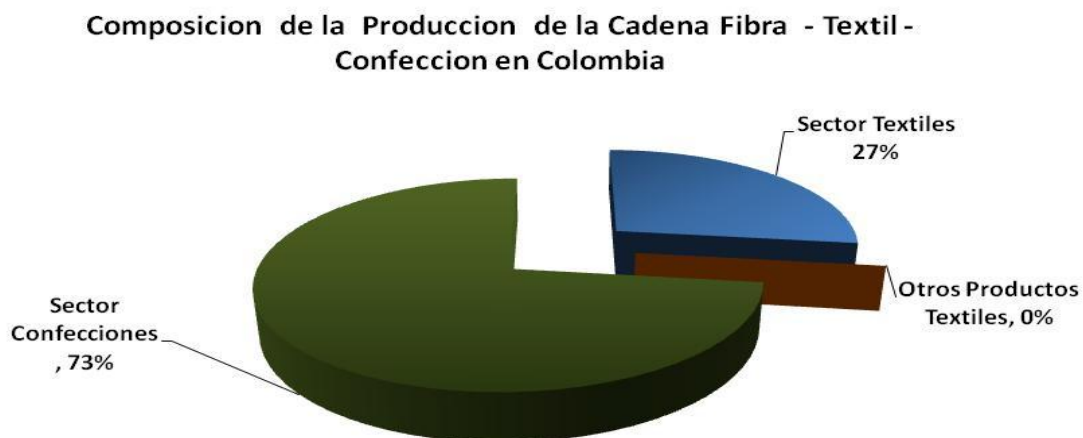
### Crecimiento PIB Confecciones Nacional vs PIB Confecciones Bogotá



Grafica 6 Crecimiento del PIB Confecciones Nacional vs PIB Confecciones Bogotá

Fuente: DANE – Valores a precios constantes base año 2005

La cadena fibra textil y confección se caracteriza por su diversidad, de acuerdo a la estructura las prendas de vestir concentra el 73% de la producción nacional, y de textiles el 27% de la producción.



Grafica 7 Composición de la producción de la Cadena Fibra - Textil - Confección en Colombia

Fuente DANE - Cálculos PIB Industrial año 2010

## **7 RESULTADOS DE LA II ENCUESTA REGIONAL DE INNOVACIÓN PARA LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA.**

La Cámara de Comercio de Bogotá en conjunto con el grupo de investigación, conocimiento, innovación y competitividad “CIINCO”, desarrollo para el año 2010 la “II Encuesta Regional de Innovación para la Industria Manufacturera de Bogotá y Cundinamarca”,<sup>7</sup> la cual tiene por objetivo comprender la innovación y el desarrollo tecnológico en las diferentes formas para los sectores industriales de Bogotá, profundizando en las formas de innovación tecnológica, desempeño tecnológico y la competitividad de la industria regional.

La encuesta toma una muestra de representativa de 568 establecimientos de la industria en Bogotá, con un margen de error del 2.4%, agrupados en 22 grupos industriales de acuerdo a los códigos CIIU dentro del que se encuentra incluido el sector de las confecciones.

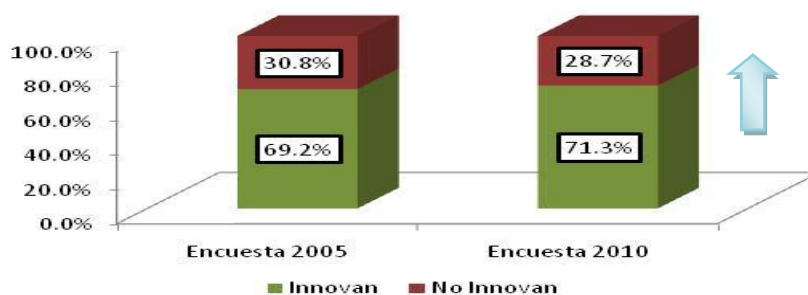
### **7.1 Comportamiento innovador de la industria en Bogotá y Cundinamarca**

El resultado de la encuesta de innovación en la industria Bogotá y Cundinamarca, para el año 2010 muestra un aumento del 69.2% al 71.3% de las empresas que desarrollan procesos de innovación o a nivel en el desarrollo de productos., este crecimiento de 2.1% es muy poco ya que ha sido jalonado principalmente por las empresas que desarrollan actividades de I+D destacando el poco avance en las empresas que no manejan procesos innovadores en un sentido amplio o que no manejan actividades de I+D.

---

<sup>7</sup>**Florentino Malaver (2011)** Formas de Innovar, desempeño innovador y competitividad industrial de acuerdo a la II Encuesta Regional de Innovación para la industria manufacturera de Bogotá y Cundinamarca, consultado en agosto del 2012 del sitio web Cámara de Comercio de Bogota.<http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>

### Comportamiento Innovador de la Industria en Bogotá



Grafica 8 Comportamiento Innovador de la Industria en Bogotá

Fuente: II Encuesta de Innovación Bogotá y Cundinamarca año 2010  
Cámara de Comercio de Bogotá

### Actividades y Formas de Innovar

Como se menciona anteriormente, en la tabla No 1 se evidencia como la industria de Bogotá, desarrolla sus mayores niveles de innovación en procesos ocasionales con empresas que generan mejoras significativas en procesos en un 37.5% y seguido a productos en un 14.5%,

#### FORMAS DE INNOVAR SECTOR INDUSTRIAL EN BOGOTA

Originalidad	Nuevas con patente		Nuevas sin patente		Significativamente mejorado	
	Producto	Proceso	Producto	Proceso	Producto	Proceso
I+D	1.6%	0.0%	7.1%	1.8%	9.0%	3.9%
Sin i+D	0.3%	0.3%	8.3%	0.7%	8.8%	4.2%
Proyectos ocasionales	0.2%	0.0%	8.1%	6.3%	14.5%	37.5%
Tareas Normales	0.1%	0.0%	7.6%	1.0%	10.1%	6.6%

Tabla No 1 : Formas de Innovar sector Industrial en Bogota

% de empresas que desarrollan las formas de innovar

Fuente : II Encuesta de Innovacion Bogota y Cundinamarca año 2010

Camara de Comercio de Bogota

Igualmente se evidencia que la industria cuando desarrolla nuevos productos se enfoca en producto ya existente en el mercado desarrollando mejora de los productos y en menor proporción a la mejora en los procesos de producción, lo anterior como resultado de sus pocas actividades de I+D que le permitan conocer al consumidor para desarrollar productos nuevos e innovadores.

## 7.2 Ejecución de la Innovación en Bogotá y Cundinamarca.

La ejecución de la innovación se caracteriza principalmente por el desempeño innovador que realizan las empresas sobre productos existentes primero a proceso seguido a producto, pocas empresa realizan contrataciones y acuerdos de cooperación para el desarrollo de actividades de I+D., lo anterior por un desconocimiento de los programas de apoyo que ofrece el gobierno nacional y local.

**EJECUCION DE INNOVACION SECTOR INDUSTRIAL BOGOTA**

Originalidad	Nuevas con patente		Nuevas sin patente		Significativamente mejorado	
	Producto	Proceso	Producto	Proceso	Producto	Proceso
Ejecutor						
Empresa	1.7%	0.0%	28.5%	8.3%	37.0%	44.5%
Contratada	0.0%	0.0%	0.1%	0.5%	1.1%	5.0%
Cooperacion	0.8%	0.3%	2.1%	1.1%	4.6%	2.3%

**Tabla No 2 : Ejecucion de Innovacion Sector Industrial Bogota**

% de empresas que desarrollan la ejecucion de innovacion

Fuente : II Encuesta de Innovacion Bogota y Cundinamarca año 2010

Camara de Comercio de Bogota



### 7.3 Modos y Formas de Innovar

En la Tabla No 3 se identifica que las empresas desarrollan sus mayores niveles de innovación sobre el modo de adopción tomando los productos y procesos, realizando cambios mínimos pero que resultan novedosos en el mercado

La mayor creación de las empresas se da nivel de producto seguido a proceso, principalmente por actividades de innovación desarrolladas dentro de la empresa.

#### MODOS DE INNOVACION SECTOR INDUSTRIAL BOGOTA

	CREACION	ADAPTACION	ADOPCION
<b>En Producto</b>			
CREACION	21.6%		
ADAPTACION	3.6%	27.6%	
ADOPCION	1.3%	2.6%	23.9%

<b>En Proceso</b>			
CREACION	4.8%		
ADAPTACION	1.8%	18.6%	
ADOPCION	0.8%	2.0%	39.0%

**Tabla No 3 : Modos de Innovar Sector Industrial Bogota**

% de empresas que desarrollan la ejecucion de innovacion

Fuente : II Encuesta de Innovacion Bogota y Cundinamarca año 2010

Camara de Comercio de Bogota

#### 7.3.1 Modos de Innovar según desempeño Innovador

Dentro de los modos de innovar se destaca que a medida que las empresas invierten en actividades de I+D predominan los esfuerzos y capacidades para crear productos y procesos nuevos y los empresas que poco invierten en I+D sus mayores niveles de innovación se dan adopción o adaptación de productos o procesos.

#### MODOS DE INNOVACION EN PRODUCTO Y PROCESO SECTOR INDUSTRIAL BOGOTA

	Innovacion en producto			Innovacion en proceso		
	EPI	EIA	EIE	EPI	EIA	EIE
CREACION	1.7%	33.1%	62.3%	0.6%	16.4%	4.0%
ADAPTACION	16.1%	45.6%	31.2%	14.7%	34.4%	65.0%
ADOPCION	82.2%	21.3%	6.5%	84.7%	49.2%	31.0%
<b>TOTALES</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

**Tabla No 4 : Modos de Innovar en Producto y Proceso Sector Industrial Bogota**

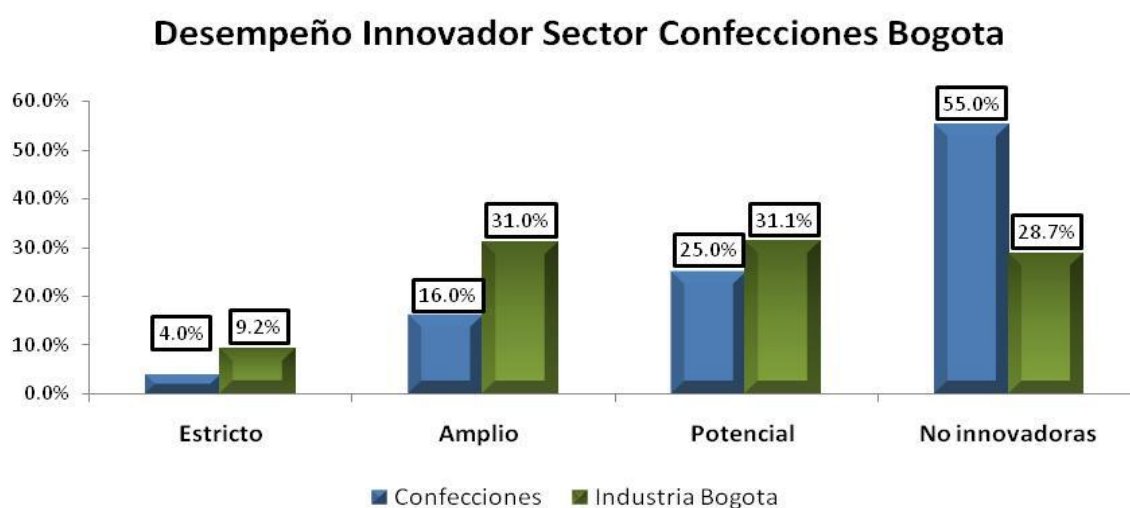
% de empresas que desarrollan innovacion

Fuente : II Encuesta de Innovacion Bogota y Cundinamarca año 2010

Camara de Comercio de Bogota

## 7.4 Desempeño Innovador del sector Confección en Bogotá en Productos y Proceso

Una vez analizadas las formas de innovar para el sector industrial, ampliaremos los resultados y avances de innovación para el sector confección en la ciudad de Bogotá, que nos permitirán determinar el camino que se deberá seguir para lograr resultados diferenciales e innovadores.



Grafica 9 Desempeño Innovador Sector Confecciones Bogotá

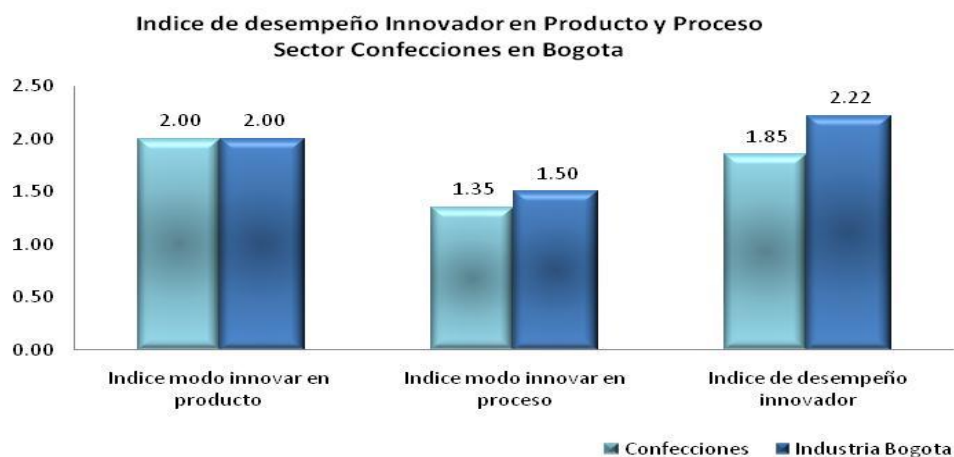
Fuente: II Encuesta de Innovación Bogotá y Cundinamarca año 2010 CCB  
 Calculo: % de empresas que desarrollan innovación

De acuerdo a la encuesta de innovación, el 55% de las empresas del sector confecciones no desarrollan ningún proceso de innovación muy por debajo del promedio de la industria en Bogotá que se encuentra en un 28.7%,

El sector confecciones se caracteriza por contar principalmente con actividades de innovación con potencial con productos poco novedosos y de poco valor diferenciador.

Otra característica del sector es la poca inversión en actividades de I+D en donde solo el 4% de las empresas invierten en actividades de innovación, comparada contra un promedio de la 9.2% de la industria en Bogotá

Otros resultados de esta encuesta son los modos de innovar y el desempeño innovador de los sectores industriales en Bogotá, creando en la encuesta índices para medir la innovación en productos y procesos que va desde uno para adopciones innovadores hasta tres para la creación innovadores



**Grafica 10 Índice de desempeño innovador en Producto y Proceso Sector Confecciones**

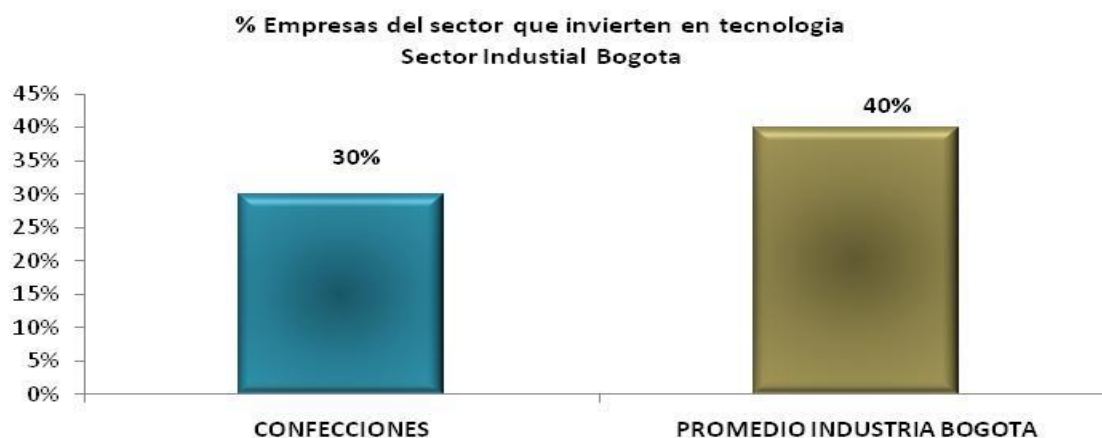
Fuente: II Encuesta de Innovación Bogotá y Cundinamarca año 2010 CCB

Dentro del resultado obtenido para el modo de innovar el sector confecciones se caracteriza por tener una mayor nivel de innovaciones en producto y poco en proceso de la misma manera el sector se caracteriza por manejar procesos de innovación bajo el modelo de adopción, como resultado de los bajos niveles de I+D.

Dentro de los retos del sector confecciones en incentivar la innovación con procesos de investigación y desarrollo, que le permitirán competir con la creatividad de diseños y contrarrestar la desventaja en costos con los productos chinos.

## 7.5 Desempeño Innovador en tecnología del sector Confección en Bogotá

El sector de las confecciones, se caracteriza por encontrarse muy por debajo del promedio de las empresas que invierten en tecnología, ubicando el sector dentro del grupo de empresas de bajo desarrollo innovador en tecnología, llevando a desarrollar sus procesos de innovación bajo el modelo de adopción.



**Grafica 11** Porcentaje de empresas del sector confecciones que invierten en tecnología

Fuente: II Encuesta de Innovación Bogotá y Cundinamarca año 2010 CCB

De la misma manera se identifica su poca inversión en maquinaria y equipos como porcentaje de sus ventas perdiendo competitividad principalmente el sector de confecciones, comparada contra el promedio de la industria en Bogotá.



**Grafica 12** Inversión en maquinarias y equipos como porcentaje de las ventas

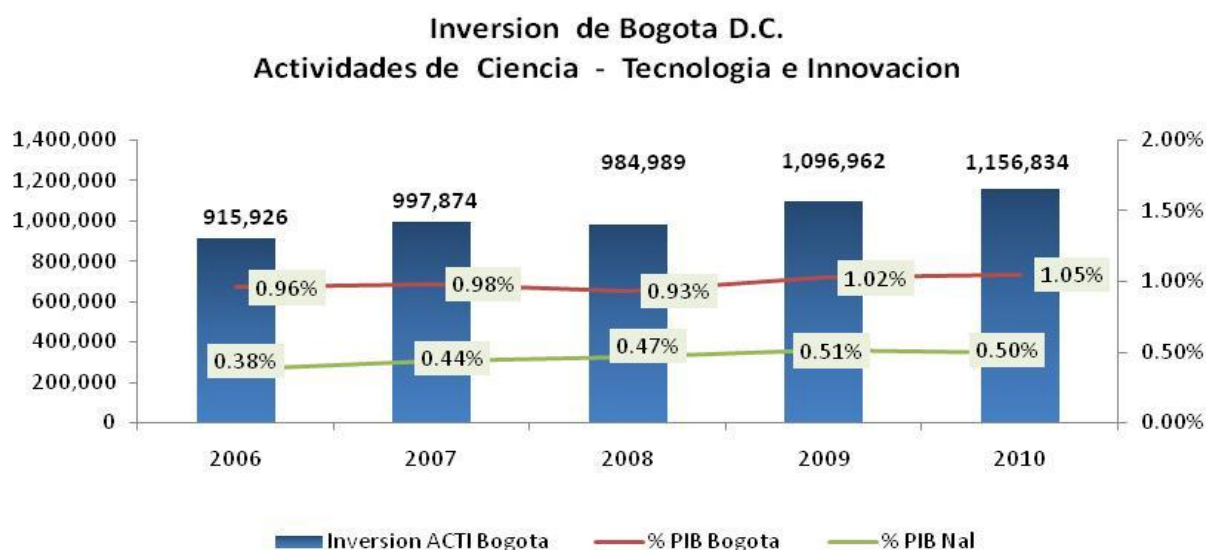
Fuente: II Encuesta de Innovación Bogotá y Cundinamarca año 2010 CCB

## 7.6 Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología – Medición de la Innovación, Investigación y Desarrollo

Dentro del seguimiento al proceso de innovación en ciencia y tecnología, encontramos “**Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología**”<sup>8</sup>, donde el principal objetivo es lograr el fortalecimiento de la capacidad nacional para generar y usar indicadores que servirán para orientar y evaluar las políticas nacionales, regionales e internacionales, así como la acción de diversos actores en los polos científicos y tecnológicos.

El Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología mide anualmente los indicadores en el ámbito nacional y regional, unos de los indicadores más comunes son la inversión en actividades de Ciencia y Tecnología “ACTI” y procesos de Investigación y Desarrollo “I+D” como % del PIB.

Como resultado de las anteriores mediciones encontramos que Bogotá en promedio invierte en ACTI del 1% PIB, una cifra superior al ámbito nacional donde se invierte al 0.5% del PIB, pero muy distante de la meta que se ha colocado el gobierno nacional del 2% del PIB.



**Grafica 13 Inversión de Bogotá en ACTI**

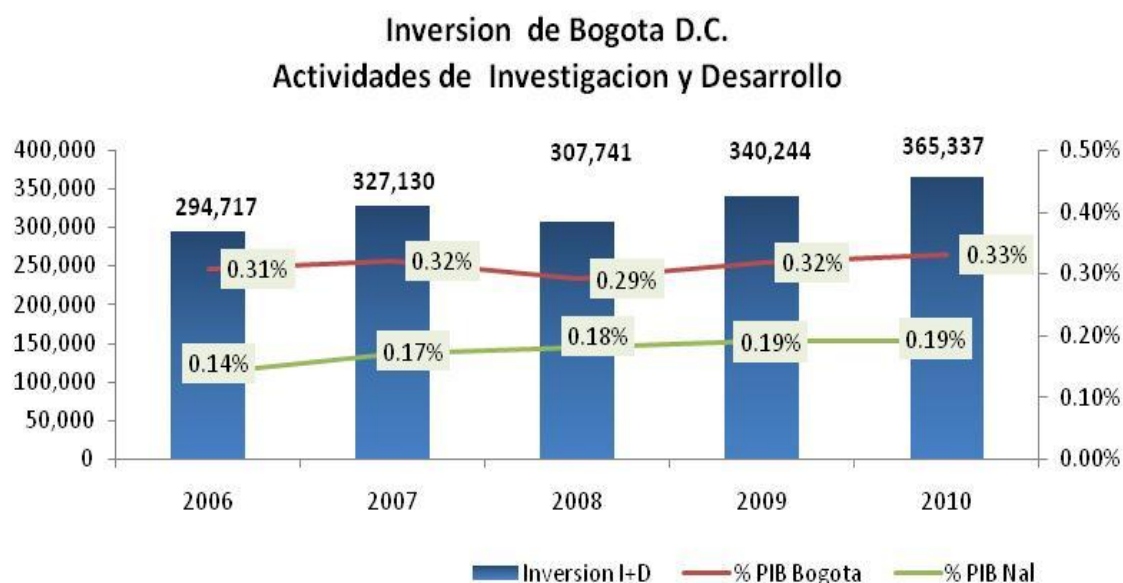
<sup>8</sup> **Mónica Salazar (2011)** Indicadores de Ciencia y Tecnología Colombia, consultado en Julio del 2012 del sitio web Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología: <http://ocyt.org.co/html/>

Fuente: Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología

Cifras en Miles de Millones Pesos

La tasa de crecimiento en ACTI para periodo 2010 – 2009 año fue del 4%, el 48.2% de las actividades son desarrolladas por el sector privado, liderado principalmente por el sector manufacturero.

Para las actividades del I+D la inversión en Bogotá es del 0.33 % PIB una cifra superior al ámbito nacional donde se invierte al 0.19% del PIB, La tasa de crecimiento en “I+D” para periodo 2010 – 2009 año fue del 7%, de las actividades desarrolladas el 48.2% son desarrolladas por el sector privado, liderado principalmente por el sector manufacturero



Grafica 14 Inversión de Bogotá en actividades de I+D

Fuente: Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología

Cifras en Miles de Millones Pesos

## 7.7 Análisis del Innovación Sector Confecciones

De acuerdo a los indicadores analizados en “II Encuesta Regional de Innovación para la Industria Manufacturera de Bogotá y Cundinamarca” y del “Observatorio Colombiana de Ciencia y Tecnología” se concluye lo siguiente:

- La industria de las confecciones en su mayoría no generan productos y procesos innovadores, sus principales avances son en adaptación de productos y procesos que no aseguran un éxito ya que son fáciles de imitar.
- Los productos innovadores que se generan son para satisfacer el mercado nacional, para lo cual se deben generar productos innovadores desarrollados con actividades de I+D para ser alineados a las tendencias internacionales para la apertura de nuevos mercados.
- No existe una alineación del sector con los programas del gobierno para el desarrollo de productos innovadores con actividades de I+D, ya que la mayoría de los procesos se desarrollan internamente en las empresas sin contar con estudios e investigaciones de mercados.
- La poca inversión de tecnología del sector confecciones hace que pierda competitividad, para lo cual se debe fortalecer una divulgación y acompañamiento de programas y beneficios que ofrece el gobierno para los procesos de innovación.

## **8 RESULTADO DEL INFORME DE EMPRENDIMIENTO EN BOGOTÁ – PROYECTO “GEM”**

Durante el año 2006 se da inicio al proyecto Global Entrepreneurship Monitor “GEM”<sup>9</sup>, el cual busca contar con unos indicadores que permitan evaluar los avances del emprendimiento en Colombia y sus regiones, este programa es liderado por la Cámara de Comercio de Bogotá y cuatro universidades en Colombia.

El proyecto “GEM” ha definido tres objetivos básicos para orientar las acciones para mejorar emprendimientos de la siguiente manera:

- Identificar las diferencias en los niveles de la actividad emprendedora entre países y sus regiones.
- Descubrir y profundizar sobre los factores que determinan los niveles nacionales y regionales de la nueva actividad empresarial.
- identificar políticas para aumentar la actividad empresarias.

### **8.1 Resultados del Emprendimiento en Bogotá.**

Los resultados que se presentan a continuación nos dan a conocer los avances que ha tenido el emprendimiento en Bogotá, destacando el perfil de los nuevos emprendimiento y hacia donde enfocar los mayores esfuerzos con el fin de generar procesos exitosos e innovadores.

---

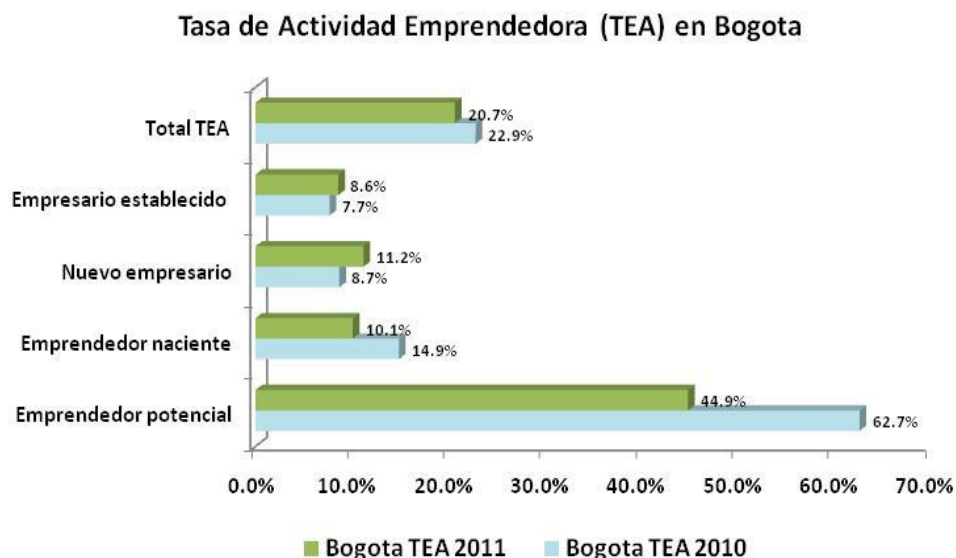
<sup>9</sup>**Rafael Augusto Vesga (2011)** Reporte Anual Bogotá Global Entrepreneurship Monitor “GEM”, consultado en septiembre 2012. Sitio WEB Global Entrepreneurship Monitor. <http://www.gemconsortium.org/>



### 8.1.1 Tasa de Actividad Emprendedora.

De acuerdo a los resultados del proyecto GEM durante el año 2011 la tasa de actividad emprendedora TEA de personas de potenciales emprendedores entre una edad 18 a 64 años, disminuyo al pasar del 22.9% en el año 2010 al 20.7%, para el año 2011 este indicador es medido sobre total la población activa.

Uno de los mayores impactos que presenta el indicador TEA, se origina por la caída de emprendedores potencial que disminuyo un 17.8%, dentro de las principales causas estudiadas por el proyecto “GEM” concluye que hay una mayor percepción al fracaso, marcado por aprecio que tiene la sociedad sobre los emprendedores.

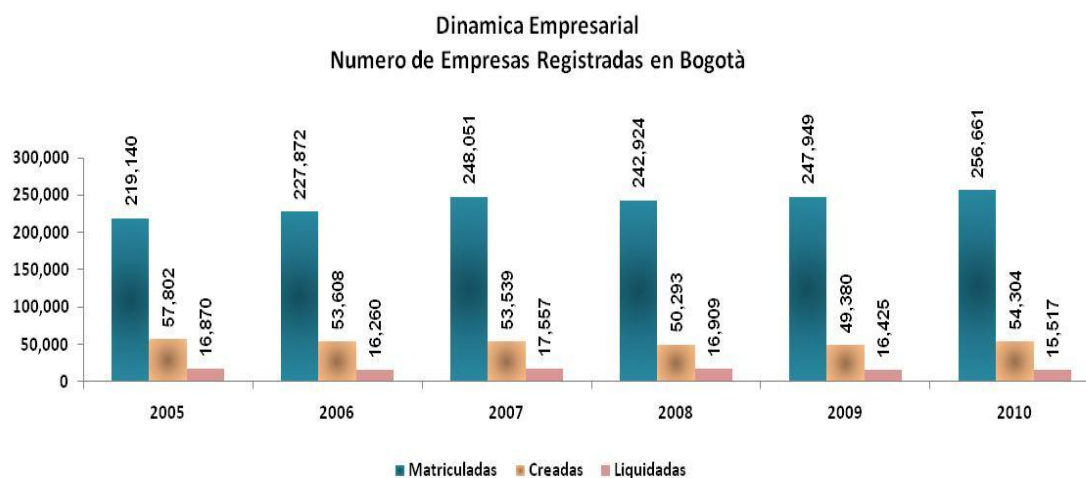


Grafica 15 Tasa de Actividad emprendedora en Bogotá

Fuente: Reporte de Resultados GEM Bogotá 2011

### 8.1.2 Dinámica Empresarial en Bogotá.

Al comparar el indicador de tasa de actividad emprendedora “TEA” vs la dinámica empresarial registrada en Bogotá, se evidencia que contrario a la disminución en la TEA en un 2.2%, hay una mejora en el número de empresas creadas en un 10% representada en 54.304 nuevas empresas matriculas en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá.

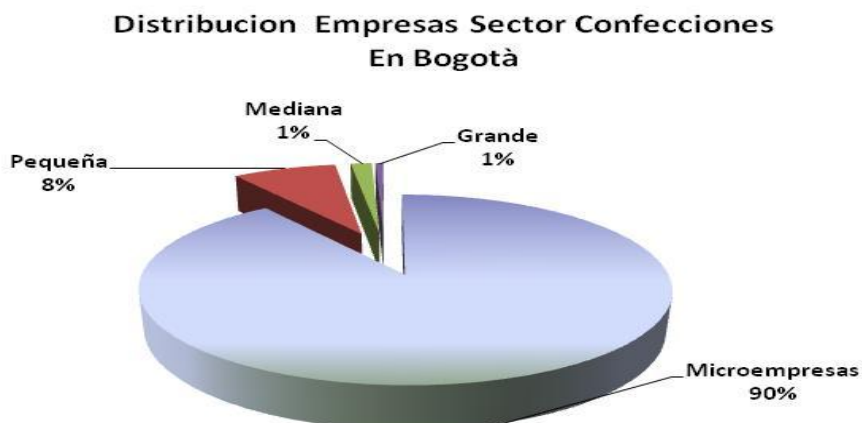


**Grafica 16 Dinámica empresarial en Bogotá**

Fuente: Reporte de Resultados GEM Bogotá 2011

Otro avance significativo en la dinámica empresarial en Bogotá, es el cambio en la tendencia en la creación de nuevas empresas, ya que para los años 2006 -2009 la creación de nuevas empresas se disminuye en promedio un -4% y para el 2010 este indicador da presenta un crecimiento importante del 10% representando en 5000 empresas creadas, cifra muy superior al promedio, lo cual es un resultado de un optimismo general de la economía que impulsa a los nuevos emprendedores a desarrollar sus ideas de negocios.

Dentro de las empresas establecidas, el sector de las confecciones representa el 8% del total de establecimientos matriculados en Bogotá, correspondiente a 20.538, de los cuales el 90% de los establecimientos son microempresas, principalmente dedicados a cubrir la demanda nacional.



Grafica 17 Distribución empresas sector confecciones en Bogotá

Fuente: Encuesta anual manufacturera año 2010

### 8.1.3 Perfil del Emprendedor.

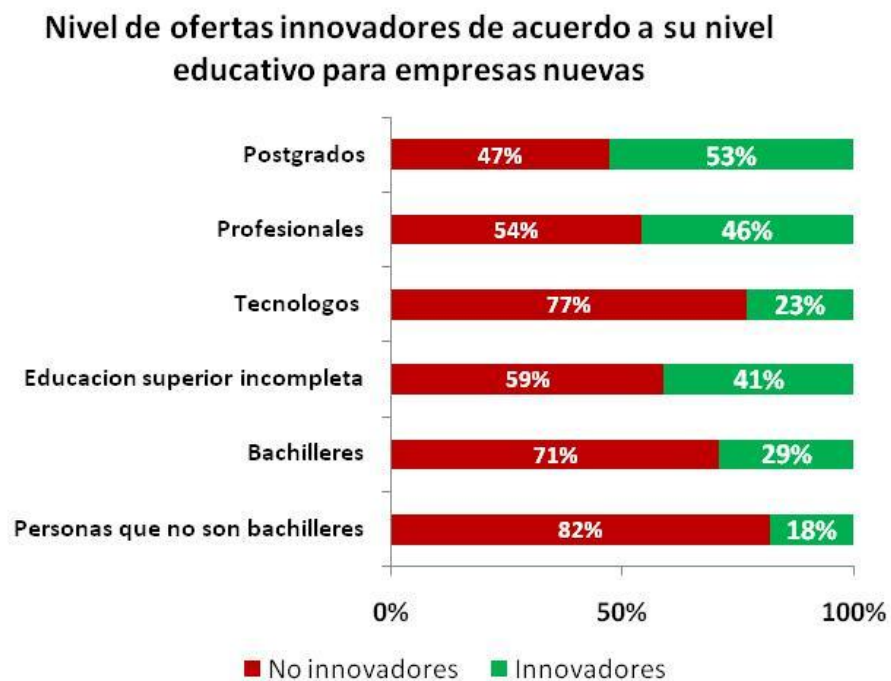
De acuerdo a estudios del proyecto “GEM”, el 62.7% de los emprendedores que crean un empresa lo hace por una oportunidad con el fin de poder desarrollar una idea de negocio, este indicador presenta una caída de 6.5% vs el año 2010, lo anterior ya que por la dinámica y desarrollo de la economía nacional los potenciales emprendedores prefieren desarrollar actividades laborales empresariales.



Grafica 18 Perfil actividad emprendedora

Fuente: Reporte de Resultados GEM Bogotá 2011

Otro factor que se analiza dentro del perfil del emprendedor, se identifica que de acuerdo a su nivel educativo, entre menor educacion tienen los emprendedores, se generan menos productos innovadores, lo que dificulta que emprendedores con bajo nivel de educacion puedan desarrollar productos innovadores.



**Grafica 19** Nivel de ofertas innovadores de acuerdo a su nivel educativo

Fuente: Reporte de Resultados GEM Bogotá 2011

### 8.1.4 Evaluación de los Factores para Creación de Empresa.

Dentro de los estudios realizados por el proyecto “GEM”, se identifica que los mayores emprendimientos se realizan por el inicio de una carrera empresarial, en quinto lugar se encuentran desarrollos innovacion y dentro de los ultimos factores se encuentran por actividades de transferencia de investigacion y desarrollo.

#### Evaluacion de Factores para Creacion de Empresa



Grafica 20 Evaluación de Factores para Creación de Empresa

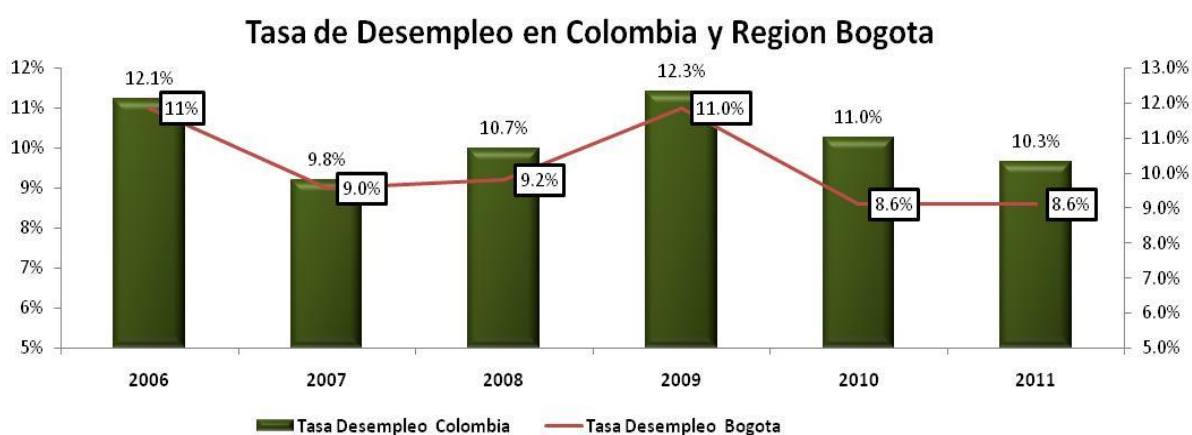
Fuente: Reporte de Resultados GEM Bogotá 2011

El impacto que tiene la poca importancia, que se da para los nuevos emprendimientos en innovacion e investigacion y desarrollo, da como resultado el cierre de empresas por no contar con estudios para generar productos innovadores que aseguren el éxito del proyecto.

### 8.1.5 Comportamiento del Empleo en Bogotá.

De acuerdo a los resultados de la gran encuesta integrada de hogares desarrollada por el DANE<sup>10</sup>, Bogotá concentra el 20% de la población ocupada a nivel nacional, consolidándose como el primer centro generador de empleo en Colombia.

La tasa de desempleo para Bogotá se ocupó en un 8.6% a cierre del 2011, cifra que ha venido reduciendo durante los últimos dos años como un impacto del mejor desempeño económico del país.



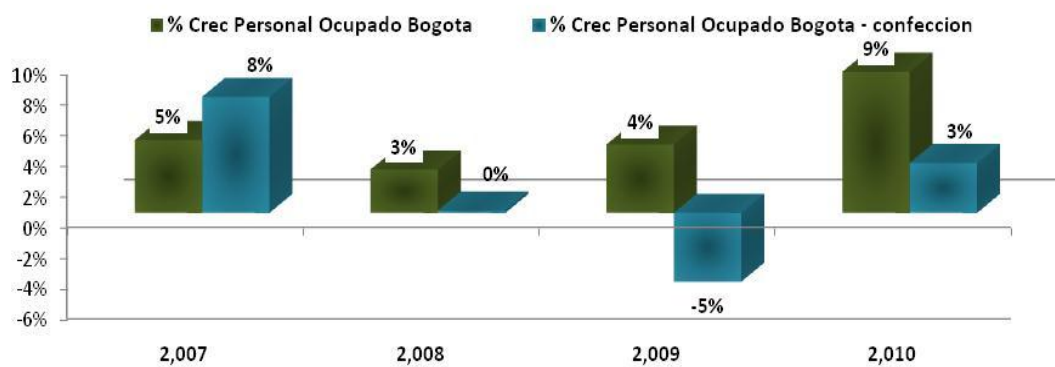
**Grafica 21 Tasa de desempleo en Colombia y Región Bogotá**

Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares - DANE

Con respecto al sector de las confecciones este representa el 7.6% del personal ocupado en Bogotá, con una generación de 300.000 puestos de trabajo aproximadamente, para la crisis del sector del año 2009 se disminuyeron los puestos de trabajo en un -5%, posteriormente para el año 2010 se presenta un crecimiento del 3% puestos de trabajo.

<sup>10</sup> **DANE COLOMBIA (2010)** Encuesta Anual Manufacturera, Indicadores de la industria, Mercado Laboral. consultado Julio del 2012. del sitio web DANE [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

## Crecimiento del Empleo en Bogota - Sector Confecciones



Grafica 22 Crecimiento del empleo en Bogotá - Sector Confecciones

Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares - DANE

## 9 PROGRAMAS DE APOYO GUBERNAMENTALES AL SECTOR DE LAS CONFECCIONES

### 9.1 Programa de Transformación Productiva para el sector de las Confecciones.

Con el fin de convertir la industria de textil y confección, en un sector de talla mundial el gobierno nacional con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Cámara de Comercio de Bogotá, gremios, universidades y empresas, inicia para el año 2008 el Programa de Transformación Productiva que busca constituir un nuevo modelo de desarrollo económico que genere un crecimiento sostenible para el sector, enfocando su gestión en desarrollar y fortalecer 5 ejes estratégicos para los cuales se presentan a continuación sus avances y logros.

#### AVANCES PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA SECTOR CONFECCIONES

Eje Estratégico	Objetivos	Avances y logros
<b>Recurso Humano</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar una oferta adecuada de personal capacitado.</li> <li>• Fortalecer capacitaciones alineadas al contexto y requerimientos del sector.</li> <li>• Mejorar el capital humano reduciendo brechas de en formación y especialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenio de cooperación con el Instituto Tecnológico Textil de España, AITEX, para la formación como 'Máster en Innovación Tecnológica y Textiles Técnicos' de once instructores de diferentes centros de formación del SENA.</li> </ul>
<b>Marco normativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la formalización de la industria a nivel empresarial y laboral.</li> <li>• Atacar el contrabando con estrategias específicas para el sector.</li> <li>• Eliminar trámites para el comercio exterior a nivel del proceso aduanero, técnico y tributario.</li> <li>• Fortalecimiento de la inversión extranjera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevos mercados con la firma de Tratados de Libre comercio con Estados Unidos, Unión Europea, países de centro América y Asia.</li> </ul>



	<p>directa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento de vigilancia y control a la propiedad intelectual.</li> <li>• Apertura de nuevos mercados objetivos facilitando el acceso de empresas colombianas a mercados extranjeros en condiciones de igualdad.</li> </ul>	
<b>Fortalecimiento o Industria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperación entre empresas para llevar de manera eficiente procesos de comercio</li> <li>• Sistemas de Investigación y desarrollo</li> </ul>	<p>Por medio de alianza CCB y Bogotá emprende se ha brindado asesorías a las pequeñas empresas logrando en Bogotá</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4906 empresarios ampliaron su red de contactos</li> <li>• Asesoría virtual y presencial a los empresarios e innovadores</li> <li>• Convenio CCB – Colciencias para el apoyo a la innovación.</li> <li>• Proyecto Bogotá – Innova para el desarrollo de nuevas tendencias de acuerdo al observatorio de tendencias</li> </ul>
<b>Promoción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis permanente de nuevos nichos de mercado potenciales</li> <li>• Difusión de la industria textil y confecciones en el exterior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiación a 1219 empresas con entrega de créditos por un valor de las \$ 179.000 Millones</li> </ul>
<b>Infraestructura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis permanente de nuevos nichos de mercado potenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citas comerciales para empresas del sector</li> <li>• Realizaron 12 ruedas de negocios para las empresas del sector textil y confección.</li> <li>• Rueda internacional de negocios en Panamá, Chile, México y Perú.</li> </ul>

Tabla 5: Avances Programa de Transformación Productiva  
Fuente: Informe Sectores de Talla Mundial - Sector Textil y Confecciones  
Ministerio de Comercio de Industria y Turismo

### **Principales retos del sector Confecciones para mejorar su competitividad.**

Después de una recopilación de los estudios realizados por la Cámara de Comercio de Bogotá, Ministerio de Comercio Exterior, Gremios, Asociaciones y Empresarios se presentan las siguientes debilidades y oportunidades, las cuales se deberá enfocar el sector de la confección para buscar un desarrollo sostenido que le permitirá mejorar su competitividad en el mercado nacional e internacional.

#### **Retos del Sector Confecciones para mejorar su competitividad**

<b>Area</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>INNOVACIÓN Y EMPRESARIADO</b>	Falta de productos innovadores que le permitan entregar una oferta 100% diferenciadora.	Fortalecer la producción con fibras naturales que protejan el medio ambiente, aprovechando la diversidad ambiental con que cuenta Colombia
	Escases en infraestructura y recursos económicos para la investigación y desarrollo.	Fortalecer la calidad en la producción como mayor diferenciador a nivel internacional.
	Los productos innovadores no cuentan con estudios de viabilidad comercial y económica que aseguren sus sostenibilidad.	Desarrollo de productos con tecnología que busque aumentar la velocidad y reducción de costos.
	No hay fuentes de financiación y créditos a empresas para desarrollar procesos de innovación y emprendimiento.	Identificar de forma permanente nuevas tendencias locales e internacionales que incentiven la demanda.

	El mercado local es poco exigente en la demanda de nuevos tendencias lo que hace que las empresas no sea prioridad la innovación	Buscar consolidarse como mayor productor de valor agregado de importantes marcas internacionales
		Fortalecer la inversión extranjera que permitan crear herramientas para la identificación de oportunidades del sector.
		Fortalecer la producción de nuevas marcas de acuerdo tendencias del mercado.

Areas	Debilidades	Oportunidades
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Baja velocidad en la entrega de los productos vs competidores internacionales.	Aprovechar el posicionamiento geográfico de Colombia para tener la entrega oportuna como un factor diferenciador.
	No hay una alineación entre las nuevas tendencias internacional y lo que genera el mercado nacional.	Aumentar la presencia internacional de Colombia ya que actualmente la participación en el mercado internacional es mínima cerca del 0,18% para el año 2010.
	Altas costos de producción vs los países asiáticos principalmente por mano de obra, costos de transporte y carga impositiva.	Fortalecer la asociatividad para cubrir la cadena FTC y generar mayor competitividad.

	<p>Poca tecnología lo que hace productos más costosos</p> <p>Con la Llegada de marcas internacionales al mercado local con nuevas tendencias en producción y comercialización de productos y el mercado nacional sigue produciendo lo mismas prendas.</p>	<p>Fortalecimiento de los acuerdos internacionales que permitan disminuir los costos de las materias primas principalmente del algodón.</p> <p>Aprovechar el aumento e de la demanda por los acuerdos del TLC con Estados Unidos y otros países con un producto innovador, de alta calidad y a precios competitivos. Llegar a nuevos mercados y fortalecer los actuales.</p>
<b>Areas</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>	Alta informalidad y contrabando lo que no hace atractivo el negocio.	Capacitación en las empresas ya que la mano de obra se considera de alta calidad.
	Alta dependencia del mercado de países como Venezuela y Ecuador.	Aumentar la participación en ventas donde ya es conocida la producción Colombiana por su calidad.
	Los carga impositiva y el transporte hace más costoso los productos vs los competidores.	Colombia generar productos de alta calidad a un bajo costos vs mercado internacional
	Aumento de importaciones y contrabando de textiles y confecciones de países asiáticos a muy bajo costo.	Mejorar su estructura de costos por medio de inversión en tecnología de punta
	Por ser la mayoría empresas medianas y pequeñas no hay prioridad en tecnología.	

<b>Areas</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>ESTRUCTURA DE EMPRESAS</b>	Bajo Nivel educativo por lo cual no se cuenta con recurso humano calificado llevando al cierre de empresas por su mal desempeño financiero	Fortalecer con la universidades y gremios programas de capacitación para el sector para contar con personal altamente mejor calificado
	La mayoría de las empresas son informales	Por medio de gremios y gobierno fortalecer la formalización de las empresas con programas de financiación y capacitación al

	sector
Los trabajadores NO cuentan con prestaciones sociales se estima que esto corresponde al 40% del mercado.	
Las empresas formales se les hacen cada día más difícil competir vs las empresas informales por sus costos.	

Tabla 6 Retos del Sector Confecciones para mejorar su competitividad  
Fuente: Informe Sectores de Talla Mundial - Sector Textil y Confecciones  
Informe de Oportunidades del Sector Confecciones Cámara de Comercio Bogotá

Otro desarrollo que ha tenido el gobierno nacional corresponde a **INNPULSA** un Programa desarrollado entre por el gobierno nacional y Bancoldex que busca estimular los sectores productivos del país y lograr que más innovadores y empresarios incursionen en procesos de alto impacto con énfasis en innovación

## 9.2 Clúster de la Moda en Bogotá.

Dentro de las estrategias generada por el estado y los diferentes sectores se ha desarrollado el Clúster de la Moda de Bogotá, que busca concentrar un grupo de empresas de los sectores y subsectores de diseño, fibras, textiles confecciones, cueros, calzado, marroquinería, joyería para empresas concentradas en Bogotá y la región de Cundinamarca.

El Clúster de la moda de Bogotá ha definido cinco objetivos estratégicos<sup>11</sup> en su gestión:

- Consolidar el funcionamiento de un clúster de moda competitivo en Bogotá.
- Reconocimiento de Bogotá, como una capital de diseño e innovación.
- Incrementar el valor agregado de la producción y las exportaciones del sector de la moda en Bogotá.

<sup>11</sup> **Incae Business School (Julio 2009)** Clúster de la Moda en Bogotá Pg. 133. consultado Julio de 2012. del sitio web INCAE: <http://www.incae.edu/es/clacds/cluster-de-moda-bogota.php>

- Incrementar la participación formal de empresas medianas y pequeñas dentro de las cadenas de producción y exportación.
- Promover una mayor interacción entre empresarios y las instituciones relevantes públicas y privadas.

El clúster de la moda Bogotá ha desarrollado las siguientes estrategias:

- Desarrollo de la semana internacional de la moda donde se dan cita para exhibir lo mejor del sector a nivel de confecciones, calzado, marroquinería, joyería y bisutería, para este evento hay presencia de los diseñadores nacionales e internacionales de alto reconocimiento, igualmente la alianza con el clúster de la moda de Bogotá en el cual se benefician cerca de 200 microempresarios..

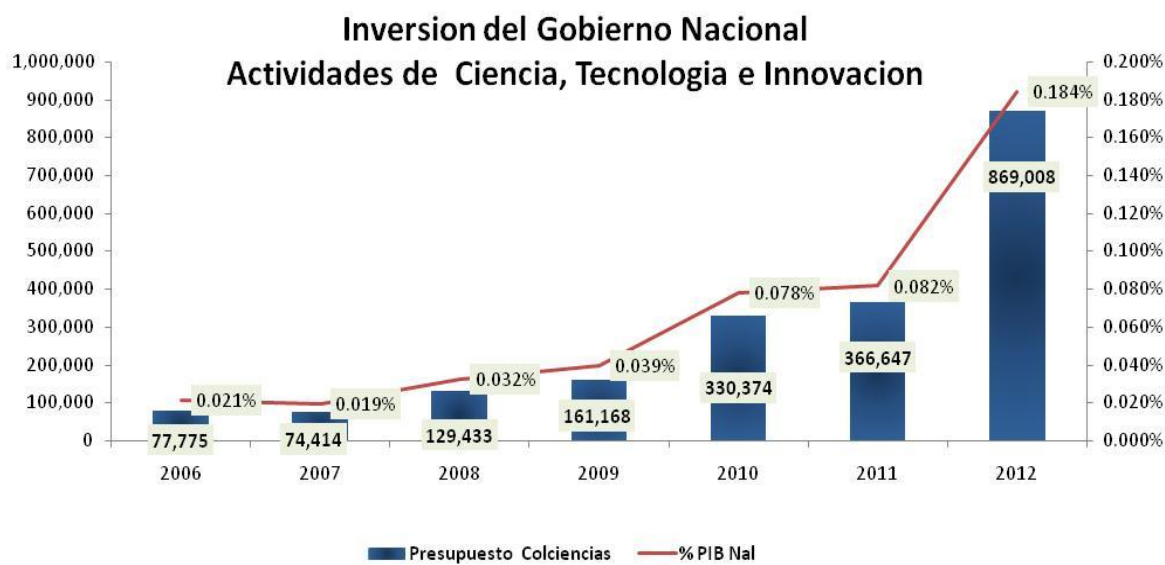
Este proyecto inicio en el año 2009 y se ha realizado de forma continua durante los últimos cuatros años, este evento para Febrero del 2012 conto con 56.652 visitantes donde se realizaron 61 desfiles, 40.000 asistentes a desfiles, 808 compradores internacionales, 16.252 compradores nacionales y ventas por 15.000 Millones incrementados sus ventas en un 50% comparada con la feria realizada en el año 2011

- Lograr llevar a expositores colombianos a ferias internacionales en medio oriente y Rusia
- Desarrollo de una plataforma ferial para jóvenes emprendedores del sector
- Inclusión de empresas al programa de alianzas productivas

### **9.3 Apoyo en proyectos de Innovación – Gobierno Nacional “Colciencias” Sistema General de Regalías.**

Para el año 2012 se da inicio al Fondo de Ciencia Tecnología e Innovación del Sistema General de Regalías, al cual cuenta con un presupuesto del 10% de las regalías por la explotación de los recursos no renovables, dineros que serán dirigidos a la financiación de programas o proyectos regionales de Ciencia, Tecnología e Innovación.

El objetivo del programa es aprovechar los recursos de las regalías para impulsar un modelo de desarrollo, basado en el conocimiento y la innovación, que garanticen un crecimiento sostenible y contribuyan a la prosperidad de toda la nación. Para lograr el objetivo el gobierno nacional asigno un presupuesto de \$ 869 Mil Millones a Colciencias para el año 2012 correspondiente al 0.184% del PIB Nacional <sup>12</sup>



**Grafica 23** Inversión gobierno nacional en ACTI

Fuente DNP - Sistema Nacional de Regalías  
Cifras en Miles de Millones Pesos

Del total de los recursos asignados al Fondo de Ciencia Tecnología e Innovación, Bogotá recibirá el 2% correspondiente a \$ 20.948 Millones de pesos para el año 2012.



<sup>12</sup> Sistema General De Regalías (2012) ABC de regalías, distribución de regalías, consultado septiembre del 2012 del sitio web <http://sgr.dnp.gov.co/>

**Grafica 24 Distribución de Regalías en ACTI para Bogotá**

**Fuente DNP - Sistema Nacional de Regalías**  
**Cifras en Miles de Millones Pesos**

Los proyectos o programas de ciencia, tecnología e innovación “CTei” podrán ser presentados por cualquier persona natural o jurídica, buscando el gobierno nacional que sean proyectos que incrementen la capacidad de competitividad en las regiones con proyectos de investigación y desarrollo, innovación, formación y capacitación científica y tecnológica, servicios científicos y tecnológicos.

Los programas “Ctel” se deberán presentar por medio de una entidad territorial, presentando la propuesta bajo el aplicativo MGA del sistema general de regalías, la aprobación de los proyectos serán evaluados por gobernadores, universidades públicas, universidades privadas y representantes del gobierno nacional.

Para lograr enfocar los proyectos o programas de ciencia, tecnología e innovación Colciencias recomienda a las personas naturales o jurídicas que presente proyecto tener muy en cuenta los siguientes puntos en la estructuración del proyecto:

- Focalizar y especializar las acciones y los recursos para los proyectos
- Trabajar de manera articulada entre los sectores: científico-tecnológico-productivo y público
- Incentivar el cierre de brechas regionales a través, por ejemplo entre entidades con mayores y menores capacidades en ciencia tecnología e innovación.
- Asegurar que los programas o proyectos que se presenten estén alineados con la política y planes nacionales y departamentales de ciencia, tecnología e innovación.
- Identificar programas o proyectos de innovación cuyos resultados tengan aplicabilidad en el corto y mediano plazo.
- Evitar la dispersión y duplicidad de esfuerzos a la hora de formular programas o proyectos



#### **9.4 Plan Regional de Competitividad Bogotá - Cundinamarca para el Sector Textil y Confecciones.**

Por medio de una alianza publico privada, se creó para el año 2001 el consejo regional de competitividad hoy denominado comisión regional de competitividad, en el cual se articulan y se definen recursos técnicos y financieros para la realización de proyectos de mejoramiento a nivel de internacionalización, innovación, desarrollo empresarial y tecnológico, transformación de cadenas productivas e infraestructura.

El Plan regional de Competitividad <sup>13</sup>ha desarrollado sus metas estratégicas para el periodo 2010 – 2019 dirigido a 27 proyectos transversales y 9 iniciativas de clúster, en las cuales se incluye el Eje estratégico sectorial para textiles y confección el cual tiene como objetivo:

- Apoyo para disminuir las brechas tecnología del sector
- Proyectos de apoyo tecnológico e innovación
- Desarrollo Información que permita adaptar la oferta de los empresarios a las necesidades del mercado.
- Posicionar internacionalmente a Bogotá por su diseño en textil y confecciones
- Generación de nuevos productos a partir de investigación y desarrollo

#### **Principales estrategias desarrolladas por el Plan Regional de Competitividad**

- Fortalecimiento de “Bogotá Emprende” con apoyo a los emprendedores para desarrollo de sus ideas, brindando programas de financiación bajo el programa “Banca Capital” dirigido a emprendedores y empresarios.
- El proyecto BANCA CAPITAL pretende apoyar a las famiempresas, microempresas, a las medianas empresas y al sector empresarial en general, a través de un modelo

---

<sup>13</sup>Comisión Regional de Competitividad (2011), Avances plan regional de Competitividad. consultado Agosto 2012 del sitio web :<http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/>

entre los sectores público y privado con el cual se reduzcan costos financieros, se incremente la bancarización, se incorporen nuevos mecanismos, productos y servicios financieros, con el fin de generar oportunidades económicas de las personas y empresas con el objeto de generar ingresos y apoyar el desarrollo social.

- Bogotá Innova programa desarrollado con una alianza con la Cámara de comercio de Bogotá y Colciencias, con el fin desarrollar e incorporar procesos de innovación en la pequeño y mediana empresa.

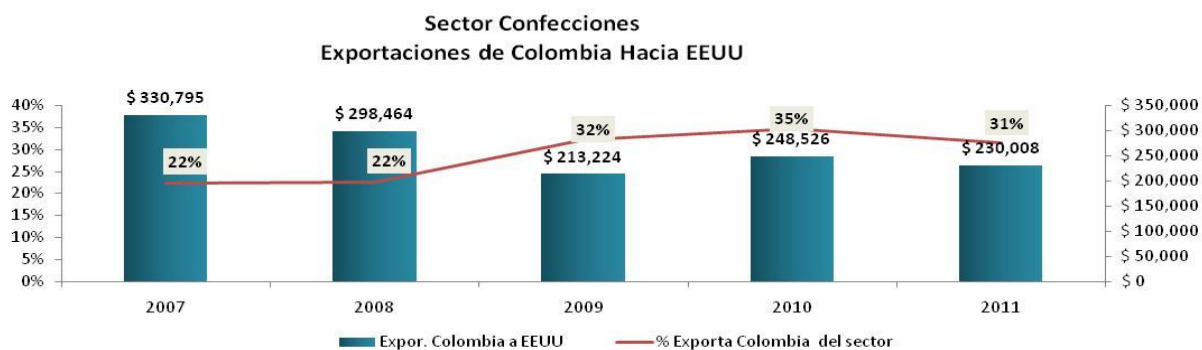
## 9.5 Beneficios de Tratado de Libre Comercio – Colombia Estados Unidos para el Sector de las Confecciones.

Estados Unidos es considerado el mercado más grande del mundo representando el 20% del PIB mundial, su población de 310 millones de consumidores cuentan con uno de los mejores ingresos per cápita, por lo cual Colombia busca consolidar a Estados Unidos como el primer socio comercial para nuestras exportaciones.

Con el Tratado de libre Comercio con Estados Unidos<sup>14</sup> aprobado en Octubre del 2011 el cual rige a partir del 15 de mayo del 2012, el gobierno nacional le apuesta a unos impactos en la economía nacional destacando los siguientes puntos::

- Crecimiento de la economía en forma permanente entre un 0.5% y un 1% por año
- Crecimiento del comercio entre los dos países de un 35%
- Crecimiento de los ingresos tributarios entre el 0.6% y el 0.8% del PIB
- Crecimiento de la inversión de la economía del 2.0% del PIB

Dentro de los sectores de crecimiento y potencial se encuentra el sector textil y confecciones el cual analizaremos a continuación donde el comercio para Colombia represento para el año 2011 exportaciones de \$230 Millones de dólares, representado el 31% de las exportaciones totales hacia Estados Unidos.



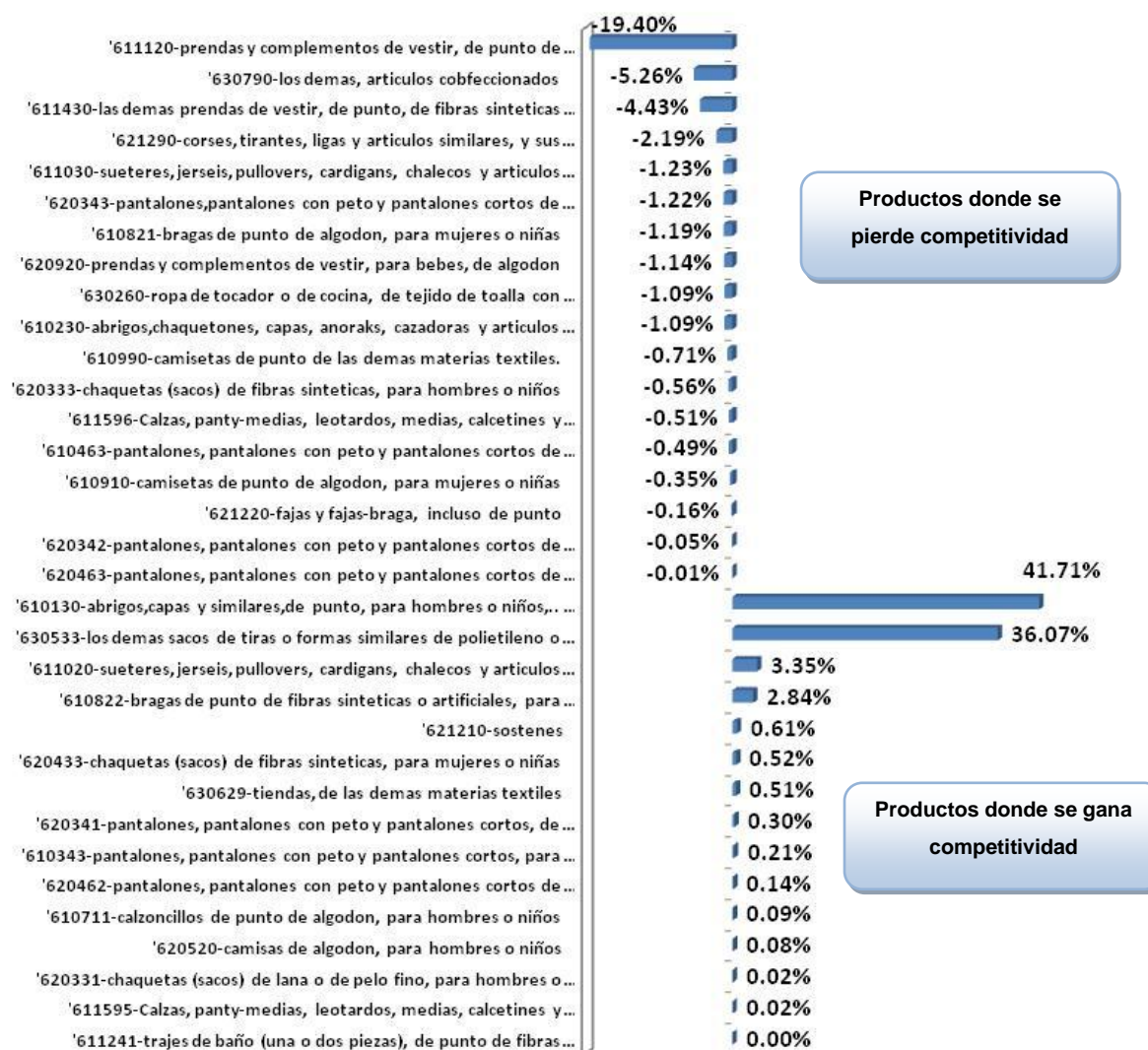
**Grafica 25 Sector Confecciones Exportaciones de Colombia hacia EEUU**

Fuente : [www.trademap.org](http://www.trademap.org)  
Cifras en Miles de dólares americanos

<sup>14</sup> Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (2010) TLC Principales Logros, consultado Julio del 2012 del sitio web TLC: [www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60494](http://www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60494)

Actualmente Colombia tiene una participación del 0.24% del total del mercado en Estados Unidos, concentrando el 90% de las exportaciones en 12 posiciones arancelarias dentro de las que ganan competitividad los abrigos, sacos, ropa deportiva y ropa interior principalmente

**Tasa Variacion Anualizadas - Sector Confecciones**  
**Posiciones mayor y menor competitividad en el mercado de Estados Unidos**



Grafica 26 Posiciones arancelarias de confecciones de mayor y menor competitividad en el mercado de EEUU

Fuente : [www.trademap.org](http://www.trademap.org)  
 Calculo: Índice de Ventaja Comparativa

### 9.5.1 Principales Ventajas del TLC Vs Acuerdo ATPDEA.

Antes del inicio del Tratado de Libre comercio, los comerciantes e industriales en Colombia ingresaban sus productos bajo El Andean Trade Preference Act, ATPA, o Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, posteriormente para agosto de 2002 se incluye la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas, ATPDEA, prorrogando y ampliando las preferencias del ATPA. ATPDEA, dando un beneficio arancelario a cerca de 6500 productos.

A partir de las rondas de negociación se da inicio el 15 de Mayo del 2012 al Tratado de Libre de Comercio "TLC" entre Estados Unidos y Colombia, con lo cual el gobierno nacional ha definido las principales ventajas<sup>15</sup> del TLC sobre el ATDEA, para el sector textil y confecciones que presentamos a continuación:

- El TLC crea un marco normativo de largo plazo, promoviendo la inversión nacional y extranjera, a diferencia del ATDEA, el TLC es un acuerdo que no requiere renovaciones periódicas, lo que genera estabilidad en las reglas de juego entre los dos países.
- Consolidar el mercado actual de Estados Unidos y conquistar nuevos nichos de mercado.
- El ATDEA limitaba las preferencias únicamente a bienes, el TLC cubre servicios e inversión extranjera.
- Eliminación de aranceles para maquinaria importada desde Estados Unidos, con lo que se aumenta la competitividad en los sectores productivos
- Se abre el acceso al 99% de los productos de exportación colombiana a cero arancel y Colombia abre desgravación inmediata al 82% de nuestras importaciones la mayoría productos y materias primas no generadas en el país
- Generación de estabilidad jurídica para inversionistas de Colombia en Estados Unidos y de Estados Unidos en Colombia.

---

<sup>15</sup>Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (2010) TLC Principales Logros, consultado Julio del 2012 del sitio web TLC: [www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60494](http://www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60494)

- Mejoran las opciones a los compradores colombianos con diferentes alternativas de calidad y precio
- Para el sector textil y confección se generaron preferencias arancelarias para brasieres que hayan sido cortados y cosidos en Colombia, mientras que el ATPDEA, no lo permitía.
- Se eliminan los aranceles de forma inmediata de ropa para el hogar y la cama , la cual no estaban incluida en el ATPDEA,
- Mejores condiciones al acceso a materias primas como el algodón y fibras sintéticas con lo que se genera mayor competitividad.
- Otro punto importante son las materias primas no manufacturadas en Colombia y en Estados Unidos, con el beneficio que se compre a países terceros y luego se elaboren las prendas de vestir, para exportar posteriormente a cero aranceles, este acuerdo aplicaría en doble vía.
- Se crea un mecanismo para la revisión de los impactos de TLC para pequeñas y medianas empresas, y de esta forma desarrollar trabajos focalizados para realizar planes de mejora en los sectores.
- Colombia cuenta con aranceles entre el 10% y el 20%, por las importaciones, con el TLC se elimina en su totalidad el arancel lo que incrementaría el ingresos de mercancías de estados unidos lo que afectaría el mercado local, si no mejora su competitividad.
- Al mejorar la competitividad de los productores nacionales se generan nuevos nichos de mercado a nivel mundial.
- El TLC, a diferencia del ATPDEA, abre la posibilidad de acordar la figura de la acumulación, una figura que permite incorporar, como regionales, insumos de países no miembros del acuerdo. Esta figura es muy importante para Colombia pues permite acceder en condiciones favorables de competitividad a insumos tan importantes para la industria nacional, como es el denim.

### 9.5.2 Estrategias para Incursionar en el mercado de Confecciones en Estados Unidos.

El observatorio Inexmoda ha definido, los puntos<sup>16</sup> a tener en cuenta por los empresarios para incursionar en el mercado de Estados Unidos:

- Fortalecer el desarrollo de productos basados en diferenciación de diseño y calidad.
- Desarrollo de marcas propias dirigido a un nicho de mercado específico y cambiante.
- Fortalecer nuevos diseños enfocados a los cambios de colección.
- Entrega rápida y oportuna, ya que para los americanos un factor de alta diferenciación.
- Realizar acuerdos con agentes comerciales para concretar negocios.
- manejando estratégicamente los precios, productos, catálogos, muestras y tiempos de entrega, comprometiéndose en lo que pueda cumplir cada empresario.
- Participar en ferias como mínimo 3 veces al año, ya que su éxito depende del trabajo realizado en la pre – feria y post – feria.
- Asegurar que los acuerdos realizados se cumplan con los servicios y productos entregados, ya que en estados unidos son muy frecuente presentar demandas por incumplimiento.
- Asegurar un excelente servicio de postventa ya que es un mercado exigente para este punto.
- Generar productos que protejan el medio ambiente, ya que los estadounidenses valoran y aprecian estas nuevas tendencias.
- Revisar y tener en cuentas las regulaciones de cada estado dentro de estados unidos, ya que de esto depende las condiciones de los productos y la venta.

---

<sup>16</sup> Ana María Sánchez (2010) Manual de acceso a mercados sector textil y confecciones - Inexmoda Consultado agosto del 2012 de sitio INEXMODA :[www.inexmoda.org.co/tabid/3875/Default.aspx](http://www.inexmoda.org.co/tabid/3875/Default.aspx)

## 10 PRINCIPALES OPORTUNIDADES DE LAS EMPRESAS QUE TRABAJEN EN INNOVACION Y ESTRATEGIAS A DESARROLLAR PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD.

### 10.1 Potencial de Colombia para ampliar el mercado a nivel internacional en Confecciones.

Colombia cuenta con unos de los mayores potenciales de crecimiento en los mercados internacionales, marcado principalmente por su ubicación geográfica, la mejora en seguridad y estabilidad jurídica para los inversionistas, le permitirá desarrollar al país una mayor producción, mejorando sus proyectos de investigación y desarrollo de productos e innovación. Lo anterior le permitirá un aumento en su producción con la posibilidad de llegar a nuevos mercados a nivel internacional y adicionalmente potencializar los actuales.

Actualmente Colombia para las posiciones arancelarias 61 prendas complementos de vestir de punto, posición 62 prendas complementos de vestir excepto, punto y posición 63 los demás artículos textiles confecciones, se ubica dentro del ranking mundial de países exportadores en la posición No 49 con una participación del mercado mundial del 0.18%, dentro de la región nos superan en exportaciones México, Panamá, El salvador y el Perú por sus acuerdos internacionales de libre comercio.

<b>Sector confecciones</b>			
<b>Participacion de Colombia en los Mercados Internacionales año 2010</b>			
	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Balanza</b>
<b>Mundo</b>	\$ 402,078,023	\$ 383,985,753	\$ 18,092,270
<b>Colombia</b>	\$ 718,276	\$ 428,377	\$ 289,899
<b>% Part</b>	<b>0.18%</b>	<b>0.11%</b>	
<b>Posicion colombia</b>	49	60	

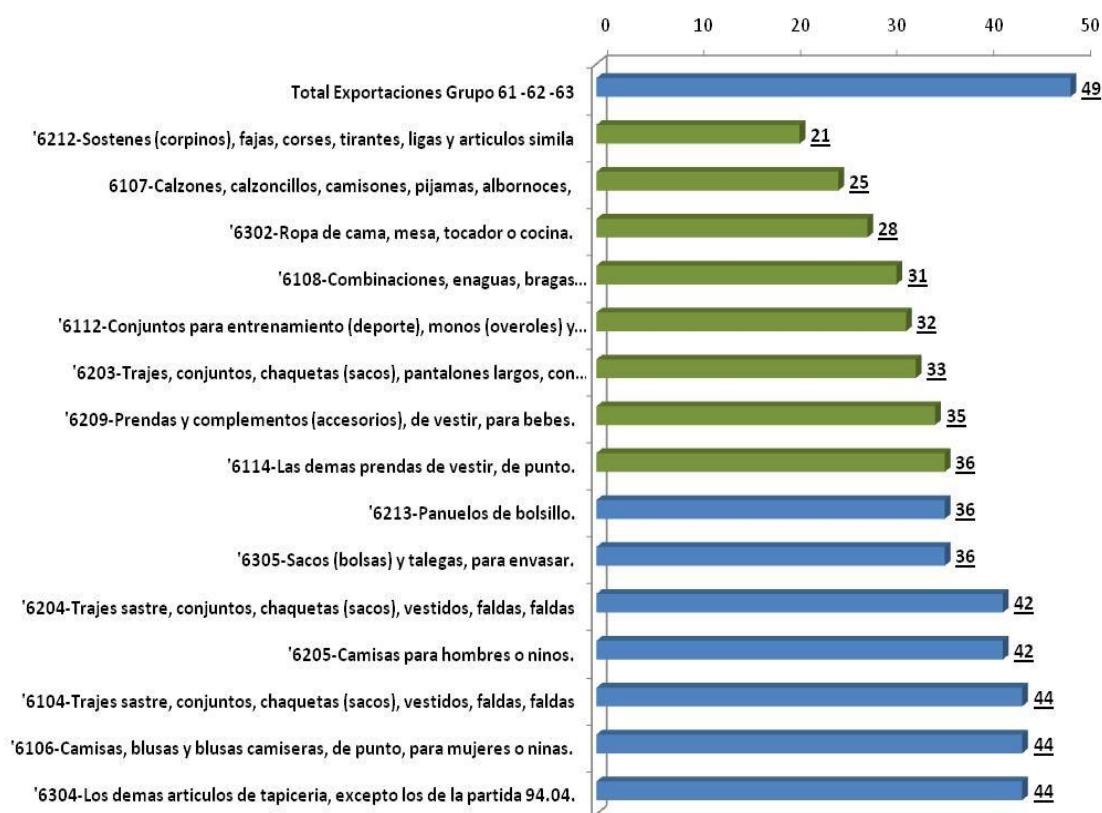
Tabla No 7 Sector Confecciones - participacion de Colombia en Mercados Internacionales  
Cifras en Miles de Dolares Americanos  
Fuente : [www.trademap.org](http://www.trademap.org)



## 10.2 Productos con mayor potencial en Colombia en Exportaciones en Confecciones.

Actualmente Colombia concentra el 94 % de sus exportaciones en 21 códigos arancelarios, su principal producto de exportación y de mayor posicionamiento a nivel mundial son ropa interior seguido de camisas, pijamas, ropa de hogar, ropa deportiva y trajes de vestir. La producción Colombiana para este segmento de mercado ha logrado un importante reconocimiento internacional por su calidad y diseño, alineado a las altas demandas de ropa interior abre oportunidades que potencializan aun más el desarrollo del sector confecciones.

### Ranking Mundial Colombia en Confecciones Productos de Mayor Potencial en Exportaciones



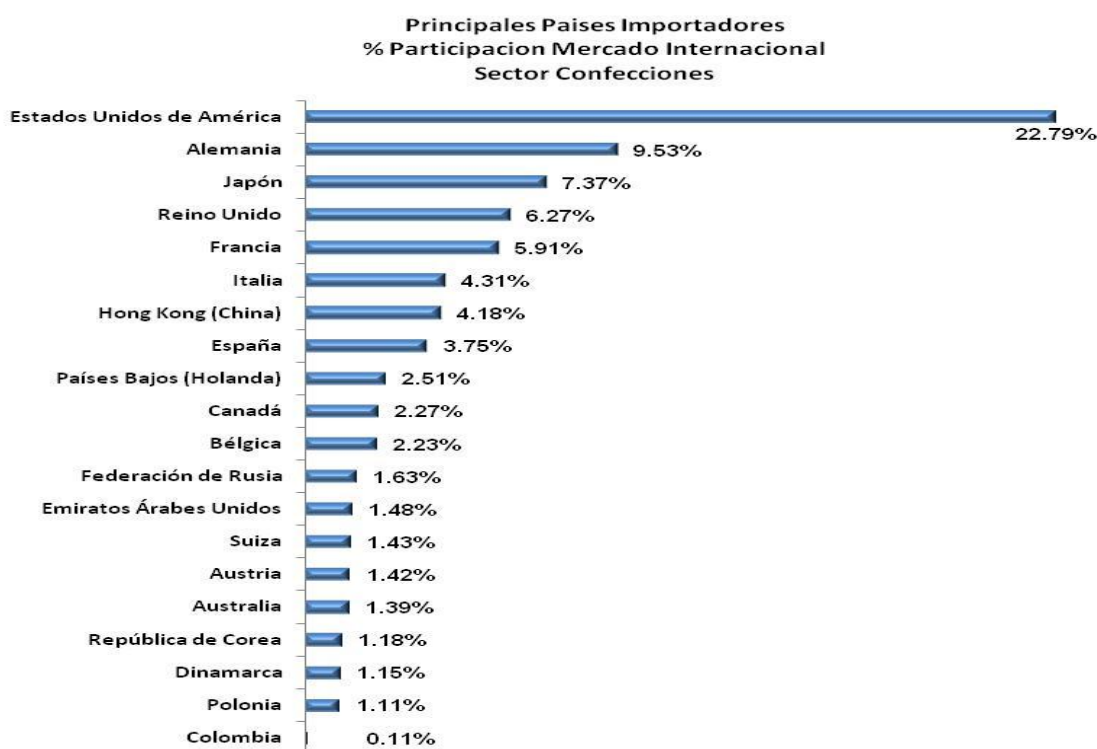
Grafica 27 Productos de Mayor Potencias en Exportaciones

Fuente : [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

### 10.3 Principales países Importadores de Confecciones a nivel mundial.

Los países de mayor demanda de productos de confecciones son Estados Unidos, Alemania, Japón, Reino Unido, Francia y España que concentran el 64% de las exportaciones mundiales, actualmente Colombia concentra el 85% de sus exportaciones hacia los países de Estados Unidos, Venezuela, México, Ecuador, Perú y Costa Rica

De acuerdo a este análisis Colombia debe fortalecer sus exportaciones de sus productos hacia los países de mayor demanda como son países de ASIA, Alemania, Japón y Reino Unido como se observa en la grafica de principales importadores de confecciones.



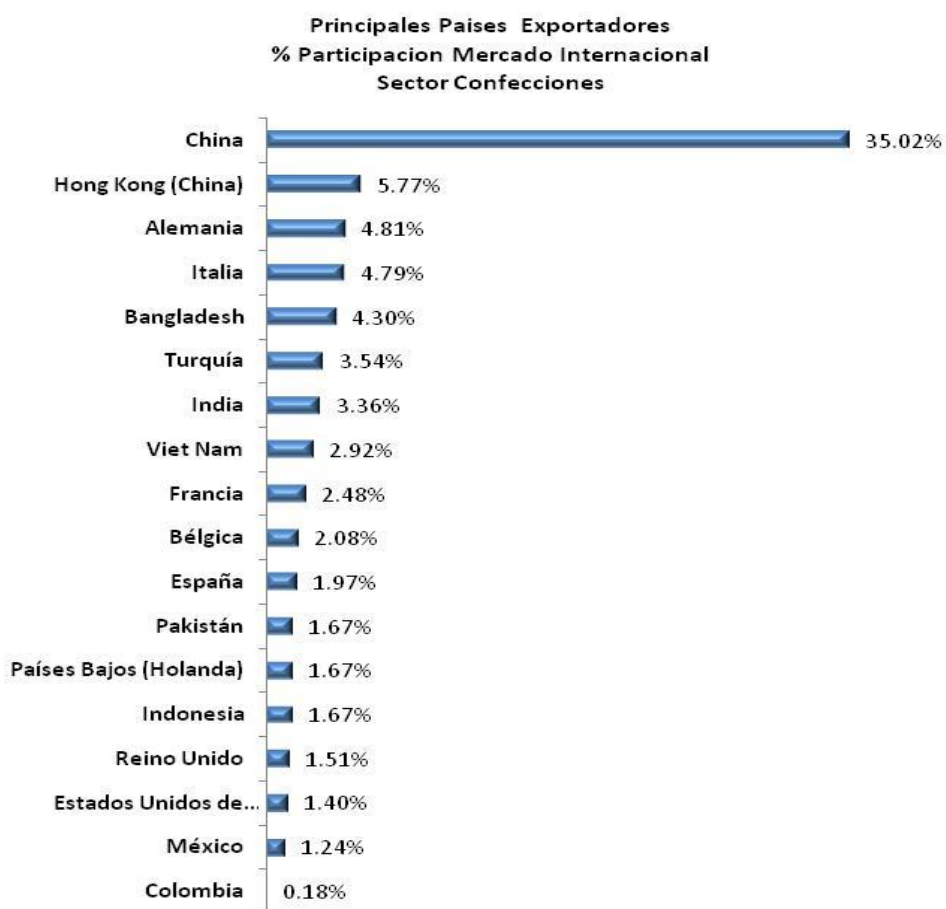
**Grafica 28 Principales países importadores de confecciones a nivel mundial**

Fuente : [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

#### 10.4 Principales países exportadores de confecciones a nivel mundial.

Los países mayores productores y que exportan sus productos de confecciones son: China, Hong Kong, Alemania, Italia, Bangladesh, Turquía e India países que concentran el 62% de las mercado mundial.

Colombia se ubica en el ranking 49 de países exportadores a nivel mundial superado por países de la región como son Perú, El Salvador, Panamá y México.



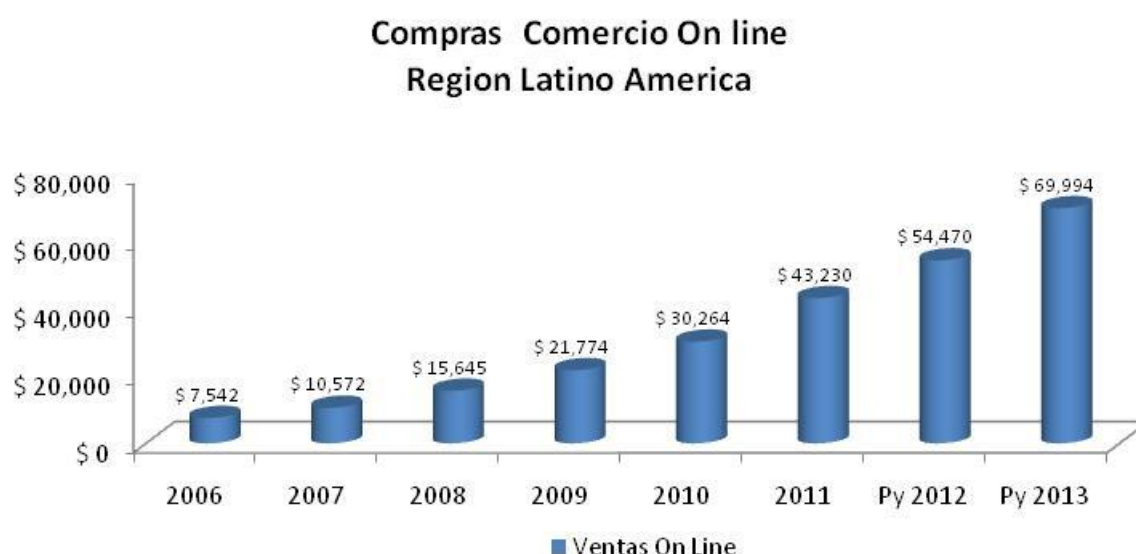
Grafica 29 Principales países exportadores de confecciones a nivel mundial

Fuente : [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

## 10.5 Principales tendencias a nivel mundial en Confecciones para aumentar la demanda.

### 10.5.1 Ventas de Moda por Internet – Preferencias de los “E-FASHION CONSUMER”

De acuerdo a estudios de “Comercio Electrónico en América Latina”,<sup>17</sup> para los últimos dos años el comercio electrónico en la región se ha duplicado, este mercado total representa USD\$ 43.230 Millones de dólares por año, principalmente marcado por el crecimiento económico de la región y por el impulso de nuevos portales que incentivan las compras.

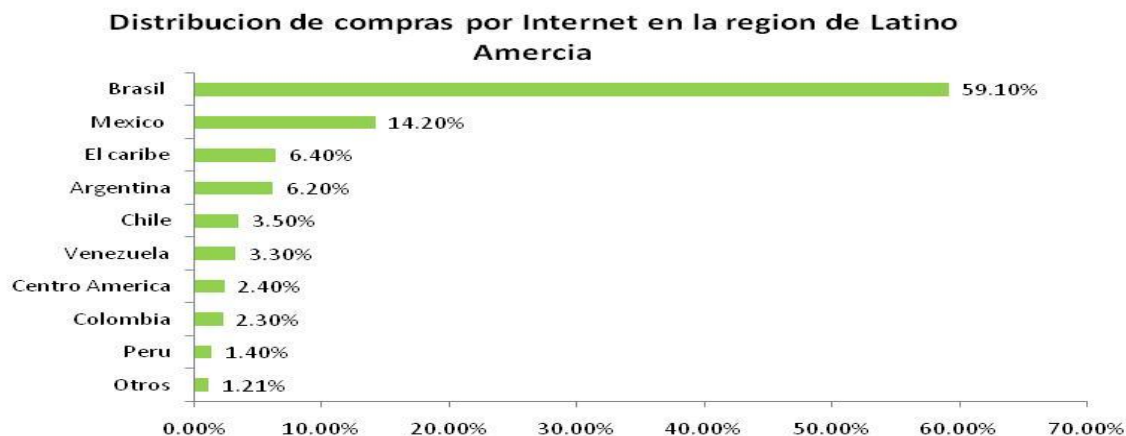


**Grafica 30 Compras Comercio Online –Región Latino América**

Fuente: América Economía Intelligence (2011) Estudio de Comercio en América Latina - Visa  
Cifras en Miles de dólares

Dentro de los principales jugadores de la región en comercio electrónico encontramos a Brasil que representa el 59% de las compras por internet y muy por debajo Colombia que representa el 2.3% del comercio.

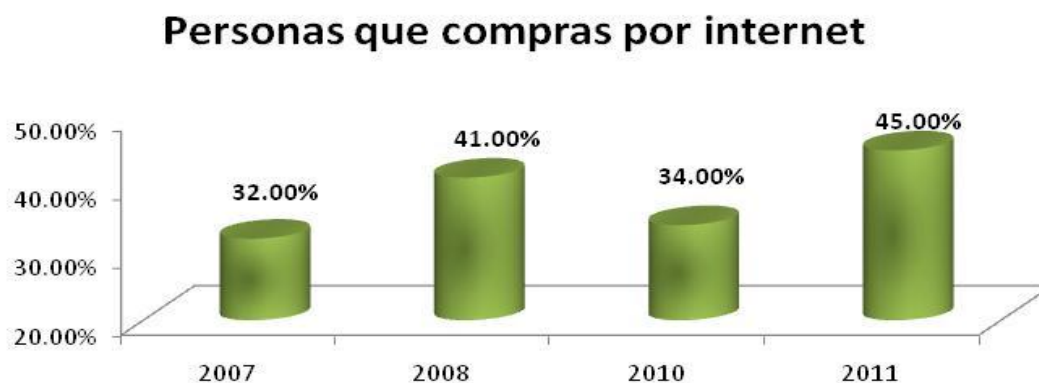
<sup>17</sup>Jasnac Segui (Diciembre 2010) Estado del Internet en Colombia AIB.Colombia.Consultado en Septiembre del 2012, del sitio web IAB Colombia: [www.iabcolombia.com/wp.../Colombia-SOI-2010-Final-Sitio.pdf](http://www.iabcolombia.com/wp.../Colombia-SOI-2010-Final-Sitio.pdf)



**Grafica 31** Distribución de compras en internet en la región de Latino América

Fuente: América Economía Intelligence (2011) Estudio de Comercio en América Latina - Visa  
Cifras en Miles de dólares

El comercio electrónico en Colombia no es ajeno a esta tendencia, de acuerdo a la encuesta de “hábitos de consumo de internet en Colombia” realizada por IAB Colombia entre 7500 personas, la percepción de seguridad en los portales y la oferta de nuevos ha incidido en la decisión de que colombianos realicen sus compras por internet, dentro del este contexto se encuentra la Ropa, que se ubica dentro cuarta preferencia de compra dentro de los colombianos y que año por año aumenta significativamente.

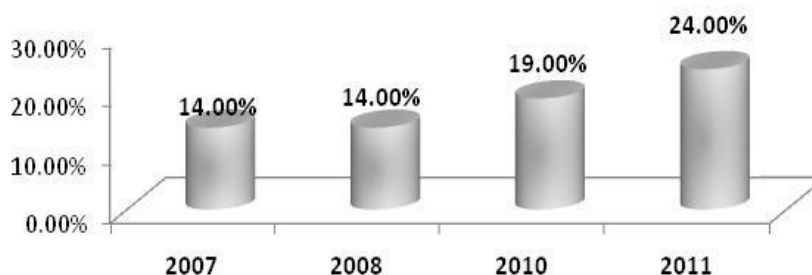


**Grafica 32** personas que compran por internet

Fuente: IAB.Colombia (2011) Estudio hábitos de consumo de internet en Colombia

Año por año las preferencias de los consumidores aumentan principalmente en la compra de Ropa por internet por lo que el sector confecciones se encuentra con un gran reto, para lo cual presentamos las siguientes estrategias que se debe desarrollar para impulsar este canal de venta.

### Preferencias de las personas al comprar ropa por internet



**Grafica 33 Preferencias de las personas al compra ropa por internet**

Fuente: IAB.Colombia (2011) Estudio hábitos de consumo de internet en Colombia

### ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR TIENDA ONLINE DE ROPA.

A continuación presentamos estrategias recomendadas<sup>18</sup> por IAB.Colombia con el fin de desarrollar tiendas Online de ropa:

- Portal con una oferta fuerte en ropa de marca, ya que el cliente conoce su calidad y lo que busca es un buen precio y tiempo de entrega.
- Generar la confianza de portal siendo rápido y seguro buscando como mínimo asegurar una conversión del 5% de ventas sobre los visitantes del portal.

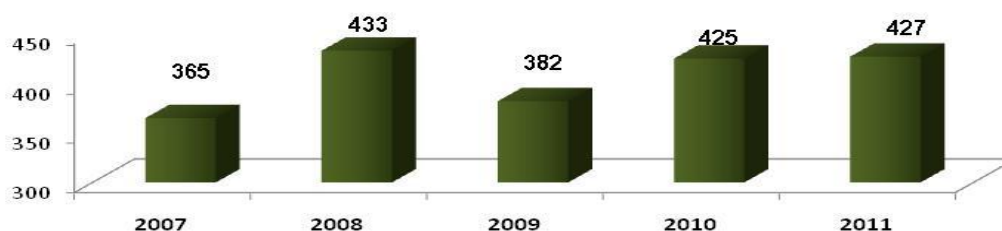
<sup>18</sup> **Jasnac Segui (Diciembre 2010)** Estado del Internet en Colombia. AIB.Colombia . Consultado en Septiembre del 2012, del sitio web IAB Colombia: [www.iabcolombia.com/wp.../Colombia-SOI-2010-Final-Sitio.pdf](http://www.iabcolombia.com/wp.../Colombia-SOI-2010-Final-Sitio.pdf)

- Para generar una confianza se debe brindar toda la información del contacto del portal, reseñas de personas que han comprado en el portal, repuestas a inquietudes con un modulo de “Preguntas Frecuentes”, que garantizan un servicio de venta, postventa y tiempo de entrega.
- Buenas imágenes en el portal y de los productos con una descripción clara y exacta del producto que le permita evaluar al consumidor su calidad y características.
- Desarrollo de un robusto buscador dentro del portal, siendo capaz de hacer coincidir y encontrar los términos buscados exactamente en los datos de producto, ya que de esto depende en un 80% el éxito de la venta.
- Optimizar los resultados de buscador, ya que esto depende un mayor número de ventas e incrementan su ratio de conversión. La optimización de resultados de búsqueda permite a la tienda, de manera automática, mostrar al cliente los mejores productos en la primera pagina de resultados, es decir, los productos más vendidos, los más vistos, los más baratos.
- Para elevar las ventas de una tienda online se debe siempre sacar provecho a cada paso de compra que el cliente realiza para hacer crecer su carrito de compras.
- Desarrollar “Sales” que permite incentivar la compra, con prendas de temporadas anteriores a muy bajo costo.
- Un adecuado sistema de búsqueda, navegación y un diseño atractivo desempeñan un papel vital en la percepción total de las tiendas online. Solo así se logra potenciar el consumo en Internet, con clientes satisfechos que apuestan por el comercio electrónico.
- Inscribir el portal a las promociones de los newsletter, entregando promociones a los clientes únicamente por este canal.
- Por ser uno de los sectores de mayor crecimiento, en ventas los clientes conocidos como “e-fashion consumer”, se caracteriza por estar muy actualizado de las ultimas tendencia y ser un conocedor alto de la moda.

## 10.5.2 Desarrollo de Franquicias de Moda y Confección.

De acuerdo a estudios realizados por [masfranquicias.com](http://masfranquicias.com)<sup>19</sup> El mercado de franquicias en Colombia, ha tenido un crecimiento en los últimos años con un crecimiento cercano del 17% entre los años 2007 al 2011, principalmente por el aumento de franquicias de mercados de marcas internacionales.

### Evolucion en Numero de Franquicias en Colombia

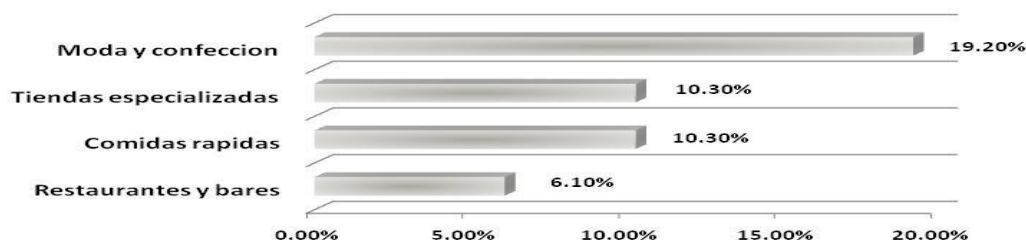


Grafica 34 Evolución de número de franquicias en Colombia

Fuente: Cifras de las Franquicias en Colombia  
[www.masfranquicias.com](http://www.masfranquicias.com)

El desarrollo de las franquicias especialmente en moda y confección se consolida como el sector líder por medio de este canal de venta, que actualmente representa el 19.2% del mercado nacional, el cual ha repuntado franquicias de marcas nacionales y marcas de estados unidos principalmente.

### Distribucion de Franquicias por Sector



Grafica 35 Distribución de Franquicias por Sector

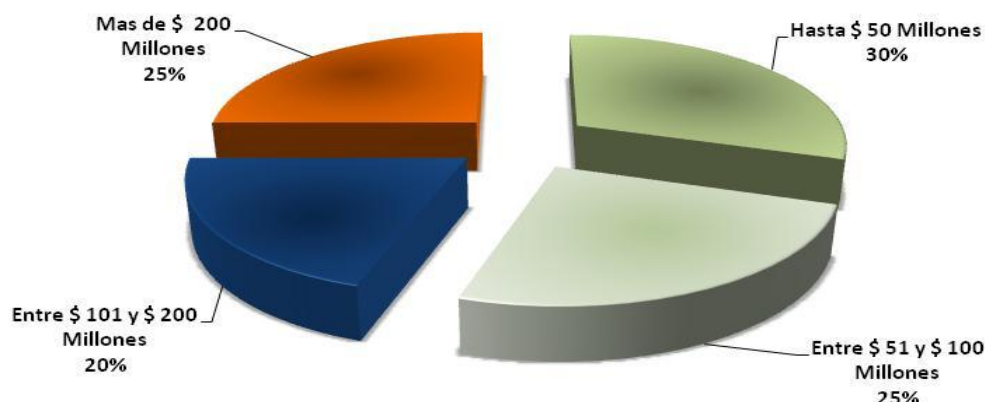
Fuente: Cifras de las Franquicias en Colombia  
[www.masfranquicias.com](http://www.masfranquicias.com)

<sup>19</sup> **Mas Franquicias (2012)** Cifras de las Franquicias en Colombia. consultado agosto 2012, en el sitio web de [masfranquicias.com](http://masfranquicias.com)  
[http://www.masfranquicias.com/contenidos/?seccion=estadisticas\\_de\\_la\\_franquicia](http://www.masfranquicias.com/contenidos/?seccion=estadisticas_de_la_franquicia)



Para iniciar una franquicia la mayor tendencia corresponde a una inversión inferior a los \$ 100 Millones de pesos que representan el 55% de las franquicias del sector.

### Rangos de Inversión para Iniciar una Franquicia



**Grafica 36 Rangos de Inversión para iniciar una franquicia**

Fuente: Cifras de las Franquicias en Colombia  
[www.masfranquicias.com](http://www.masfranquicias.com)

### Estrategias para elegir una franquicia de Moda y Confección<sup>20</sup>:

- Identificar una franquicia que maneje un target muy concreto, con el fin de generar una diferenciación de los servicios y productos
- Evaluar el proceso logístico, capacitación y tecnología con la que cuenta
- Evaluar el servicio de una tienda ingresando como cliente, identificando puntos débiles y fuertes
- Visitar la planta de la marca con el fin de evaluar procesos de entrega, reposición de prendas y logística.
- Estudiar el mercado y competencia de la marca, así como la demanda del mismo.

<sup>20</sup> **Mas Franquicias (2012)** Cifras de las Franquicias en Colombia. consultado agosto 2012, en el sitio web de masfranquicias [http://www.masfranquicias.com/contenidos/?seccion=estadisticas\\_de\\_la\\_franquicia](http://www.masfranquicias.com/contenidos/?seccion=estadisticas_de_la_franquicia)

- Identifica manejo operativos, manuales, capacitación e información detallada de la inversión
- Condiciones de venta y manejo de stock de baja rotación

### 10.5.3 Tiendas por departamentos o especializadas con Marcas Propias

Las nuevas de tendencias a nivel mundial de **MARCAS PROPIAS** año tras años van ganando aceptación entre los consumidores y Colombia no es la excepción, este mercado liderado por las grandes superficies y tiendas especializadas en las que predomina calidad y precio, buscan aumentar la demanda compitiendo con las marcas tradicionales y de mayor reconocimiento. En Colombia de acuerdo a estudios presentados por Fenalco,<sup>21</sup> las marcas propias representan el 6% de las ventas totales mientras que en países de Europa y Estados Unidos representa el 50% de las ventas totales.

El potencial con el que cuenta el mercado de **MARCAS PROPIAS**, es alto en Colombia, ya que tiene una baja participación y cada año aumenta su demanda, las ventajas que representa incursionar como marca propia en una gran superficie las presentamos a continuación:

- Poder llegar a nuevos clientes que no atienden las marcas tradicionales
- Aprovechar el tráfico que generan las grandes superficies, para ofrecer diseños innovadores, de alta calidad y precios competitivos
- Generar diseños alineados con estudios de mercado, para buscar satisfacer las necesidades de un nicho de mercado.

Para ingresar con una marca propia a las grandes superficies se deben cumplir unos estándares de calidad que incluye controles de calidad exigentes, auditorías externas a los proveedores para garantizar la calidad del producto. Diseños innovadores y competir con calidad –precio.

---

<sup>21</sup>Fenalco (2012), Todo el Mundo habla de las marcas propias. consultado Agosto 2012, del sitio web Fenalco <http://www.fenalco.com.co/contenido/5>

#### 10.5.4 MEGATENDENCIAS

Para definir el concepto de Megatendencia<sup>22</sup> hay que entender los siguientes conceptos:

**Moda:** Es todo aquel que se torna muy popular y es buscado por un sector de la sociedad, durante un periodo largo o corto en un lugar determinado

**Tendencia:** Es un conjunto de datos, recogidos durante un determinado periodo de tiempo, se llama tendencia a un tipo de evolución que se destaca por una línea que ajusta y da sentido a dicho conjunto

**Megatendencia:** Dirección dominante que modela nuestra vidas por una década o más.

Dentro de las principales tendencias del sector confecciones a nivel mundial encontramos los siguientes conceptos que desarrollaremos a continuación:

- **ECOMODA:** Prendas de vestir fabricadas con textiles de materiales naturales o de reciclaje que sea amigables con el medio ambiente.
- **TEXTILES INTELIGENTES:** Prendas de vestir que pueden reaccionar a condiciones medioambientales o a estímulos del entorno, estos textiles tiene propiedades que se activan o desactivan de acuerdo a su entorno.
- **CONSUMO RESPONSABLE:** Empresas que buscar que sus productos elaborados sean más responsables con el medio ambiente.

---

<sup>22</sup>Centro De Innovación Textil (2012) Tendencias Mundiales Textiles Ecológicos, consultado agosto del 2012, del sitio web Cetex: <http://www.cetex.net/spanish.htm>

#### 10.5.4.1 Principales avances mundiales en Textiles Ecológicos para Confecciones

Con las nuevas tendencias mundiales en el cuidado del medio ambiente, principalmente de los países industrializados, se crea en concepto de textiles ecológicos denominados ECOMODA<sup>23</sup>, los cuales son fabricados de una forma natural respetando el medio ambiente, cada año este tipo de textiles ganan un mayor mercado y se convierte factor importante en la decisión de compra de los consumidores de prendas de vestir.

Las prendas de vestir con tendencia a cuidado del medio ambiente, son unos de los mayores productos de innovación a nivel mundial, de acuerdo el centro de innovación textil en España "Cetex"<sup>11</sup> y con ventajas como son:

- Genera un gran impacto a escala mundial, este sector genera trabajo a más de 100 millones de campesinos cultivadores de las fibras principalmente en Asia, África y Sudamérica.
- La etiqueta ecológica es un gran distintivo, principalmente en los países de la unión europea, ya que siguen una serie de criterios ecológicos, reduciendo el impacto ambiental en comparación de otros productos de la misma categoría.
- La ropa ecológica, es una de las tendencias de innovación que genera cada día mayores ingresos, con tiendas especializadas que fabrican y comercializan este tipo de prendas, cada día por mas diseñadores importantes a nivel mundial utilizan este tipo de prendas.

Para ser considerado un textil ecológico debe cumplir algunas normas en su proceso de elaboración como son:

- Proceso de reciclaje de agua

---

<sup>23</sup> Centro De Innovación Textil (2012) Tendencias Mundiales Textiles Ecológicos, consultado en agosto del 2012, del sitio web <http://www.cetex.net/spanish.htm>

- Minimizar el impacto ambiental
- Usar la mínima cantidad de energía
- No utilizar elementos biodegradables
- No usar procesos químicos
- Utilizar de forma racional los recursos naturales

A nivel mundial el instituto O.eko.tex, es un ente de certificación que vigila si un textil cumple las normas internacionales, el cual para considerarse un Textil Ecológico, se contemplan 4 dominios que definiremos a continuación:

- **Ecología de la Producción:** Estudia los efectos de los procesos de producción sobre las personas y el medio ambiente como por ejemplo seguridad en el trabajo, consumo de material, agua, tratamiento de aguas residuales, residuos, así como el desarrollo del polvo y el ruido
- **Ecología Humana:** Se ocupa de los efectos de los productos textiles y sus componentes químicos sobre la salud y el bienestar de las personas.
- **Ecología de Empleo:** Se aplica en la fase de uso del producto textil. se ocupa de los efectos ambientales durante el lavado, la limpieza y la conservación de los productos textiles,
- **Ecología de Eliminación:** Manejo a los problemas de la eliminación de la reutilización, reciclaje y eliminación.

Cualquier empresa de producción de textiles ecológicos puede solicitar una certificación según la norma Oeko-Tex® Standard 100, para lo cual el instituto en su página <http://www.oeko-tex.com>, ha definido 4 ventajas importantes para las empresas que cumplan estas normas las cuales presentamos a continuación:

- El principio modular de la norma prevé la posibilidad de comprobación y certificación de productos textiles en todas las etapas del proceso. Mediante el

empleo de certificados de las etapas previas se evitan las comprobaciones dobles.

- La responsabilidad por la calidad humano-ecológica de los productos la recibe en cada caso aquel que modifique el producto cualitativa o químicamente durante el proceso. De esta forma los fabricantes de confecciones, como último eslabón de la cadena de producción, también pueden certificar sus colecciones en un marco de costes apreciable.
- El catalogo de criterios Oeko-Tex® empleado a nivel mundial brinda un perfil de requisitos uniforme para la compra y las condiciones de suministros, gracias a esto se simplifica y acelera el flujo de información.
- Esa ventaja de transparencia significa claramente mayor seguridad de producto y ahorro de tiempo sobre todo para empresas con ciclos de producción extremadamente cortos y un sistema interno de aseguramiento de la calidad complejo.

#### **10.5.4.2 Textiles Ecológicos “ECOMODA” de mayor demanda a nivel mundial**

A nivel mundial los productores han desarrollado textiles ecológicos, buscando ser más amigables hacia el medio ambiente, dentro de los principales productos a nivel mundial encontramos<sup>24</sup>:

- **Textiles de Algodón Orgánico:** El algodón orgánico es el material básico con el cual se elaboran prendas ecológicas. Éste se desarrolla en campos libres de pesticidas y químicos. su proceso esta certificado bajo una producción 100% ecológica, es uno de los textiles de mayor crecimiento a nivel mundial se estima que su producción cada año aumenta en un 78%.

---

<sup>24</sup> **Centro De Innovación Textil (2012)** Tendencias Mundiales Textiles Ecológicos, consultado agosto 2012 del sitio web Cetex <http://www.cetex.net/spanish.htm>

- **Textiles de Bambú:** Es una fibra extraída de la pulpa de bambú, es uno de los textiles ecológicos más usados en el mercado por sus excelentes propiedades y ventajas como son: es una tela ligera y resistente, no necesita de pesticidas, tiene una excelente capacidad para absorber el color por lo que no requiere gastar en elaborados procesos de teñido, es un poderoso antibacteriano y desinfectante, otra de sus principales propiedades es absorber y evaporar el sudor humano en pocos segundos sin que requiera ningún proceso químico

Adicional a los anteriores con su mayor permeabilidad en comparación a los otros textiles le permita sentirse una prenda siempre fresca, de rápido secado, dentro de los usos más frecuentes de este tipo de textil se da en la confección de toallas, mantas, calcetines, ropa de bebé, ropa interior y ropa de baño principalmente.

- **Textiles de Yute:** El yute es extraído de la corteza de la planta del yute blanco y, en menor cantidad, del yute rojo. Es una fibra natural con un brillo sedoso dorado, llamada por eso mismo fibra dorada. El yute es un cultivo anual que se desarrolla en cerca de 120 días (entre abril/mayo y julio/agosto). Los principales productos manufacturados de la fibra de yute son hilo y cordeles, arpillera, tela de yute, fondo de alfombras, así como productos para otras mezclas textiles. Tiene gran resistencia a la tensión, bajo coeficiente de extensibilidad, y garantiza una mejor respetabilidad de los tejidos. Sus principales usos son cortinas, cubiertas de sillas, alfombras, tapices, y muchas veces están mezcladas con otras fibras, tanto sintéticas como naturales.
- **Tela de Cáñamo:** Es una tela 100% ecológica, ya que sus fibras son cultivadas sin el uso de productos químicos, dentro de las principales ventajas que tiene esta fibra se cuenta que son muy duradera, hasta cinco veces más que el algodón, es una tela más suave, más cálida y de mejor resistencia al agua, absorbe mejor la humedad que el algodón, su calidad termina por hacer una prenda fresca en verano y cálida en invierno. Estas fibras son utilizadas principalmente en telas finas o más gruesas como ropa de trabajo, calcetines, zapatos de lona, bolsas, alfombras, cordelería en general y un sin fin de usos.
- **Textiles de Soya:** La soya es uno de los alimentos que se está utilizando más en la actualidad para la elaboración de ropa, con ventajas que son tan suaves como la seda y

tan fresca como el algodón, permite la absorción y transporte de la humedad rápidamente lo que la convierte en una prenda muy comfortable.

- **Textiles de Piña:** Los textiles elaborados con esta fibra fruta mejoran el estado de la piel y evitan reacciones alérgicas que muchas personas presentan con otros tejidos habituales. Estos materiales son biodegradables y respetan el bienestar del medio ambiente.
- **Textiles de Alpaca:** La fibra de alpaca se caracteriza por su variedad de colores que llega hasta 25 tonos diferentes, no requiere procesamiento químico, su suavidad la convierte en una prenda cómoda de vestir, principalmente por su aislamiento y poco peso, otra de sus principales ventajas es que genera un mayor paso de aire y muchos más cálida también es una fibra extremadamente fuerte y duradera
- **Textiles de Lyocell:** Es una fibra procedente de la fibra de madera, dentro de su proceso se recuperan el 99.7% de los residuos, sus principales características son fibras transpirables, confortables, absorbentes y más resistente a la rotura que el algodón, rápido secado, resistente a la humedad, bajo arrugamiento de la prenda, cuenta con un bajo poder alérgico ideal para bebés y personas con sensibilidad a los químicos, lo anterior lo coloca como uno de los textiles que ha tenido mayor aceptación dentro del nuevo concepto de la "Ecomoda", es una fibra más costosa que el algodón, pero que cada vez gana más aceptación principalmente en Europa.

#### 10.5.4.3 Nuevas tendencias en Textiles Inteligentes para el sector Confecciones

Actualmente el mercado mundial ha incorporado nuevas tecnologías en la fabricación de textiles llamados "**TEXTILES INTELIGENTES**"<sup>25</sup>, estas nuevas tendencias pueden reaccionar a condiciones medioambientales o a estímulos del entorno, estos textiles tienen propiedades que se activan o desactivan de acuerdo a su entorno. Lo anterior busca generar unos menores impactos al medio ambiente, generar unos ahorros importantes en los costos de producción de los textiles y

<sup>25</sup>Clariant (2012) The solutions for you Textile World. consultado agosto 2012 del sitio web <http://www.clariant.com>.



proveer a las personas que los usan unas ventajas adicionales a las meramente decorativas y de protección.

Uno de los avances más importantes del sector son los productos con **NANOTECNOLOGÍA**, que se define como el estudio, diseño, creación, síntesis, manipulación y aplicación de materiales, aparatos y sistemas funcionales a través del control de la materia en una dimensión minúscula de átomos y moléculas, donde se demuestra fenómenos y propiedades totalmente nuevas, por lo tanto la nanotecnología busca crear materiales aparatos y sistemas con propiedades únicas.

La empresa pionera a nivel mundial que desarrolla la nanotecnología y textiles inteligentes es **CLARIANT**, que busca llegar a los fabricantes de textiles con las nuevas tecnologías innovadoras las cuales presentamos a continuación<sup>12</sup>:

- **DENIM AVANCED:** Los últimos avances presentados por la empresa CLARIANT, presenta una nueva tecnología que simplifica el proceso de coloración de las telas para los pantalones tipo Denim, este sistema suprime el sistema tradicional de tinturado de las hilazas y telas de algodón, y se genera una nueva tintura y sistema de aplicación que se obtiene de azufre líquido y azúcar bajo un sistema de combinación de oxidación. Esta técnica permite un ahorro del 92% en agua, un 30% en energía y 87% en residuos de algodón que se generan en el proceso.
- **VECTOR PROTECTION:** Son textiles con una protección anti mosquito que reduce dramáticamente las picaduras de mosquitos, zancudos y garrapatas, manteniendo el textil suave y transpirable, mejora su desempeño en zonas de alta temperaturas y en zonas selváticas
- **SANITIZED:** Textiles antibacteriales que evitan el crecimiento de bacterias, previene el mal olor de las prendas, alta permanencia a lavados, dermatológicamente probado, maneja los controles sanitarios exigidos por ley a nivel internacional.

- **NANOSPHERE:** Es una tecnología de auto limpieza de textiles, la cual simula el comportamiento de auto limpieza de las plantas, maneja un alto nivel de repelencia al agua y función protectora durable.
- **COLD BLACK:** Tecnología inteligente que evita el calentamiento de las prendas principalmente oscuras, de los rayos U.V. del sol. disminuyendo los efectos dañinos sobre la piel,
- **FADE NO MORE:** Tecnología que permite una alta durabilidad del color que permite tonos durables a múltiples lavados, no decolora en presencia de rayos solares, mantiene el color por un largo tiempo.
- **RAYOSAN UV PROTECTION:** Tecnología que ayuda a bloquear los rayos UV originados por el sol que pueden contribuir a efectos dañinos sobre la piel , genera confort y seguridad

## 11 ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD CON GENERACIÓN DE VALORES AGREGADOS DEL PRODUCTOR A NIVEL DE PAQUETE COMPLETO, COLECCIONES COMPLETAS.

De acuerdo a estudios del observatorio de Moda Inexmoda,<sup>26</sup> Colombia es un potencial exportador paquete completo o full package con ventajas importantes en diseño de modas, procesos industriales agregados de los insumos y la calidad de la confección e insumos

Dentro de las estrategias recomendadas por INEXMODA para consolidar a Colombia como un exportador potencia de Paquete completo se deben fortalecer los siguientes aspectos:

- No convertir el precio como el único diferenciador en la oferta de paquete completo.
- inversiones en tecnología que busque aumentar la velocidad de producción y reducción de costos.
- con el reconocimiento de Colombia de una mano de obra de alta calidad, mostrarlos como mayor diferenciador para captar los mercados de paquete completo que maneja las marcas mundiales.
- Aprovechar el posicionamiento geográfico de Colombia para tener la entrega oportuna de los productos.
- Fortalecimiento de los acuerdos internacionales que permitan disminuir los costos de las materias primas y de logística que permitan aumentar la demanda en nuevos nichos de mercado.
- Las grandes marcas mundiales de moda, tienden a buscar un proveedor de abastecimiento, para lo cual Colombia se debe especializar en un nicho de mercado específico, para generar un diferenciador y aumentar la demanda.

---

<sup>26</sup><sup>13</sup> Ana María Sánchez ( 2010 ) Manual de acceso a mercados sector textil y confecciones - Inexmoda Consultado agosto del 2012 de sitio INEXMODA :[www.inexmoda.org.co/tabid/3875/Default.aspx](http://www.inexmoda.org.co/tabid/3875/Default.aspx)

- Fortalecimiento de proyectos de Investigación y desarrollo, que le permitan al sector crear nuevos modelos innovadores de prendas de vestir.
- Fortalecimiento de estrategias para capacitar al sector textil y confección para desarrollar negocios en el exterior.
- Desarrollar procedimientos y tecnologías que aseguran la confiabilidad necesaria al mercado internacional.
- Fortalecimiento para proveer a marcas internacionales el diseño de las colecciones completas de cada temporada.

## 12 CONCLUSIONES

Dentro de la investigación realizada de **“Innovación y Emprendimiento Del Sector Confecciones En Bogotá”**, se evaluaron los diferentes aspectos que se deben tener en cuenta, en el sector de las confecciones, principalmente para las actividades de innovación y emprendimiento que desean realizar los microempresarios y de pequeñas empresas, destacando la importancia de generar productos innovadores y de alta calidad que generen un valor agregado en el mercado nacional e internacional.

Con los análisis realizados se pudo detectar que los nuevos emprendimientos no cuentan con actividades de Investigación y Desarrollo, para asegurar la sostenibilidad del proyecto, ya que para la mayoría de los casos no se solicitan asesorías a los programas de apoyo que ofrece el gobierno nacional y el gobierno local para los nuevos emprendedores.

Durante la investigación se encontró que el 55% de las empresas del sector confecciones en Bogotá, no desarrollan ningún proceso de innovación muy por debajo del promedio de la industria nacional que se encuentra en un 28.7%, principalmente por su poca inversión en tecnología, bajo desarrollo en nuevos procesos de confección y bajo nivel de actividades de innovación con productos poco novedosos que solo buscan satisfacer el mercado nacional.

En el mercado internacional actualmente el país tiene una participación del 0.18% con el fin de aumentar la demanda, Colombia cuenta con productos de mayor potencial en los cuales se puede competir en calidad, velocidad-cumplimiento en la entrega, diseño, centro manufactureros y diseño de productos innovadores como son principalmente: ropa interior, ropa de cama, ropa deportiva, ropa para bebe, chaquetas.

Basados en lo anterior presentamos los aportes de la investigación que permitirán mejorar la competitividad del sector de las confecciones:

- Trabajar con los empresarios del sector y nuevos emprendedores, la importancia de desarrollar productos nuevos para satisfacer una demanda mundial y no una regional, ya que esto significa poder ampliar la producción hacia nuevos mercados.
- Seguir trabajando en conjunto gobierno – empresas – gremios, para el aprovechamiento al máximo de los programas que impulsa el gobierno en innovación y emprendimiento, liderado principalmente por el Programa de Transformación Productiva y Colciencias con el Sistema Nacional de Regalías, ya que existen recursos que en algunos casos no se aprovecha al máximo.
- Fortalecimiento con las empresas para desarrollar actividades de investigación y desarrollo, para los nuevos productos que permitan asegurar la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.
- Los gremios deben trabajar para sacar de la mentalidad de los empresarios que el único diferencial es precio, para lo cual se debe competir con productos, procesos innovadores y aprovechar al máximo los valores agregados de calidad en la mano de obra, servicio, ubicación estratégica del país y reconocimiento a nivel mundial con que cuenta el sector de las confecciones.
- Buscar que el sector de las confecciones en Bogotá sea un líder de innovación y desarrollo en Colombia con nuevas tecnologías, para replicar esta experiencia a las demás regiones aumentando la competitividad del país.

- Para los emprendedores de poco riesgo hay ideas que actualmente tienen, una gran aceptación a nivel mundial, tendencias que cada año ganan mercado con el fin de no vender un productor mas si no tener un diferenciador como son: La venta de moda por internet, el desarrollo de franquicias de moda-confección, el manejo marcas propias y el desarrollo de ropa ecológica.

### 13 BIBLIOGRAFIA

- **Florentino Malaver (2011)** Formas de innovar, desempeño innovador y competitividad industrial de acuerdo a la II Encuesta Regional de Innovación para la industria manufacturera de Bogotá y Cundinamarca. Consultado agosto del 2012 del sitio CCB : [camara.ccb.org.co/documentos/6224\\_encuesta\\_dllo\\_tec.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6224_encuesta_dllo_tec.pdf)
- **Rafael Augusto Vesga (2011)** Reporte Anual Bogotá Global Entrepreneurship Monitor “GEM”. Consultado agosto del 2012 del sitio web GEM CONSULTING [www.gemconsortium.org/](http://www.gemconsortium.org/)
- **Samuelson Paul, Nordhaus (2002)** El oligopolio y la competencia monopolista. Ed Mc Graw Hill. Economía. Pg. 168 España
- **Ricardo Ayala Ramirez (2011)** Entorno Económico de la Región Bogotá - Cundinamarca, Observatorio de la Región Bogotá y Cundinamarca, Cámara de Comercio de Bogotá. Consultado en agosto del 2012 del sitio web Cámara de Comercio de Bogotá :<http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>
- **Mónica Salazar (2011)** Indicadores de Ciencia y Tecnología Colombia, Consultado en julio del 2012 del sitio web Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología: <http://ocyt.org.co/html/>
- **Rafael Augusto Vesga (2011)** Reporte Anual Bogotá Global Entrepreneurship Monitor “GEM”. Consultado en septiembre 2012. del sitio web Global Entrepreneurship Monitor. <http://www.gemconsortium.org/>
- **Dane Colombia (2010)** Encuesta Anual Manufacturera, Indicadores de la industria, Mercado Laboral. Consultado julio del 2012. del sitio web DANE [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- **Incae Business School (Julio 2009)** Clúster de la Moda en Bogotá Pg. 133. Consultado julio de 2012. del sitio web INCAE: <http://www.incae.edu/es/clacds/cluster-de-moda-bogota.php>
- **Sistema General De Regalías (2012)** ABC de regalías, distribución de regalías. Consultado septiembre del 2012 del sitio web <http://sgr.dnp.gov.co/>
- **Comisión Regional de Competitividad (2011)**, Avances plan regional de Competitividad. Consultado agosto 2012. del sitio web :<http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/>



- **Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (2010)** TLC Principales Logros. Consultado julio del 2012. del sitio web TLC: [www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60494](http://www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60494)
- **Ana María Sánchez (2010)** Manual de acceso a mercados sector textil y confecciones - Inexmoda Consultado agosto del 2012 de sitio INEXMODA :[www.inexmoda.org.co/tabid/3875/Default.aspx](http://www.inexmoda.org.co/tabid/3875/Default.aspx)
- **Jasnac Segui (Diciembre 2010)** Estado del Internet en Colombia AIB.Colombia. Consultado en septiembre del 2012, del sitio web IAB Colombia: [www.iabcolombia.com/wp.../Colombia-SOI-2010-Final-Sitio.pdf](http://www.iabcolombia.com/wp.../Colombia-SOI-2010-Final-Sitio.pdf)
- **Mas Franquicias (2012)** Cifras de las Franquicias en Colombia. Consultado agosto 2012. en el sitio web de mas franquicias <http://www.masfranquicias.com>
- **Fenalco (2012)**, Todo el Mundo habla de las marcas propias. Consultado agosto 2012, del sitio web Fenalco <http://www.fenalco.com.co/contenido/5>
- **Centro De Innovación Textil (2012)** Tendencias Mundiales Textiles Ecológicos, Consultado agosto del 2012, del sitio web Cetex: <http://www.cetex.net/spanish.htm>
- **McKinsey& Company (2009 Mayo)**, Desarrollando Sectores de Clase Mundial, Informe final Sector textil, confección, diseño y Moda, Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia.
- **Dane Colombia (2010)**, Encuesta Anual Manufacturera, Indicadores de la industria, Mercado Laboral. consultado julio del 2012 en el sitio web DANE: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- **Trademap (2011)**, Indicadores de Mercados Internacionales consultado en Julio del 2012, en el sitio web <http://www.trademap.org/>
- **Sistema General De Regalías (2012)**, ABC de regalías distribución de regalías, consultado Septiembre del 2012., en el sitio web <http://sgr.dnp.gov.co/>
- **Comisión Regional de Competitividad (2011)**, Avances plan regional de Competitividad, consultado en agosto del 2012 en el sitio web <http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/>

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Javier Restrepo Rodriguez  
 Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 79852041 de Basco  
 Nombre Completo \_\_\_\_\_  
 Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_  
 Nombre Completo \_\_\_\_\_  
 Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_  
 Nombre Completo \_\_\_\_\_  
 Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Innovación y emprendimiento del sector  
Confecciones en Babeta

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
 (Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Javier Restrepo R</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>Javier Restrepo R</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>79858041</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Administración Financiera y Ciencias Económicas</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Económico</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 16 de Enero del 2013