



Tendencias en la productividad del sector textil-confecciones en Colombia

Trends in the productivity of the textile-confection sector in Colombia

Ana Isabel Tamayo Medina^a, Rosa Yaneth Salazar-Escalante^b, Rosa Alejandra Pimiento-Prada^c, Christian Alexander Gelvez-Boada^d

^aMagister en Administración de Empresas e Innovación, anaisabelm@ufps.edu.co, ORCID 0000-0003-2583-811X, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

^bProfesional en formación en Comercio Internacional, rosayanethse@ufps.edu.co, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

^cProfesional en Comercio Internacional, rosaalejandrapp@ufps.edu.co, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

^dProfesional en Comercio Internacional, cristianalexandergb@ufps.edu.co, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

Cómo citar: Tamayo, A. I., Salazar, R. Y., Pimiento, R. A. & Gelvez, C. A. (2019). Tendencias en la productividad del sector textil-confecciones en Colombia. *Revista Visión Internacional*, 1(1), 16-20.

Recibido: Agosto 10, 2018; Aceptado: Noviembre 15, 2018

RESUMEN

Palabras Clave:

Confección
Exportación
Productividad
Tendencias
Textil
Ventas

El sector textil-confecciones es uno de los más reconocidos dentro y fuera de Colombia debido a la calidad de sus prendas, así como por el impacto social y económico que genera, en ese sentido este artículo de revisión tiene como objetivo describir las tendencias que impulsan su productividad frente a las fuerzas internas o externas que representan retos y obstáculos para su desarrollo. La metodología consiste en el desarrollo de una investigación documental enfocada en la recopilación y el análisis de artículos o proyectos que analizan su situación para contribuir a la construcción de su estado actual. Los resultados enuncian que las tendencias orientadas a los mercados interno y externo se complementan de formas estratégicas, además eso beneficia que el desarrollo del sector no se encuentre concentrado únicamente en la capital del país sino que se ha conformado una red de ciudades principales e intermedias que aportan a su progreso y consolidación.

ABSTRACT

Keywords:

Clothing
Export
Productivity
Trends
Textiles
Sales

The textile-confection sector is one of the most recognized inside and outside Colombia due to the quality of its garments, as well as the social and economic impact it generates, in this sense this review article aims to describe the trends that drive its productivity against internal or external forces that represent challenges and obstacles to its development. The methodology consists of the development of a documentary research focused on the collection and analysis of articles or projects that analyze their situation to contribute to the construction of their current status. The results state that trends oriented to the internal and external markets are complemented in strategic ways, this also benefits that the development of the sector is not concentrated solely in the capital of the country, but that a network of principal and intermediate cities has been formed that contribute to its progress and consolidation.

Introducción

Colombia es reconocida en la industria de la moda a nivel internacional, por su mano de obra, la calidad de sus textiles y la creatividad de sus diseñadores, sin embargo, durante los últimos años este sector de la economía nacional ha permanecido bajo presión constante frente a diferentes amenazas como las importaciones provenientes de la China, los cambios en los aranceles y el contrabando.

La revisión que plantea este artículo se orienta hacia la identificación y descripción de las tendencias que implementan las empresas del sector para incrementar su productividad, puesto que de esa manera se pueden detectar cuáles aportan

mejores resultados dentro del mercado interno y externo. En este punto es preciso recordar que debido al deterioro en las relaciones con los compradores locales, los empresarios cada vez muestran mayor interés por incursionar en nuevos escenarios de intercambio comercial (Castro, Ojeda, Sánchez, Reyes y Rodríguez, 2016).

El sector textil es de gran importancia dentro de la economía nacional, debido a que Mauricio Perfetti del Corral, director del Departamento Nacional de Estadísticas (DANE), como lo han citado (Suá, Sarasti, Buelvas, 2017) nos indica que en Colombia este sector está generando la cuarta parte de los empleos, tanto formal como informal, donde está comprendido por 600 mil empleos, lo cual revela que incluso

*Autor de Correspondencia.

E-mail: anaisabelm@ufps.edu.co (Ana Isabel Tamayo Medina)

Peer review is the responsibility of the Universidad Francisco de Paula Santander.



This is an article under the license CC BY-ND

cuando las políticas del Estado no protegen su desarrollo, los mismos productores son los encargados con sus estrategias y decisiones de garantizar el cumplimiento de sus metas y la expansión de sus negocios.

De allí la necesidad de profundizar en las técnicas y herramientas de gestión que son tendencia en la actualidad dentro de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), del sector textil-confecciones en Colombia porque entre todas se establecen rasgos comunes que aportan nuevas ideas y formas de administración que impactan la cadena productiva, generando beneficios para los diferentes segmentos de la sociedad, que comprenden desde los creadores, trabajadores y consumidores.

Materiales y métodos

En los artículos académicos de revisión se opta por la investigación documental, una decisión que permite recopilar textos y proyectos que abordan el tema de la productividad en el ámbito textil y de la confección en Colombia. El proceso de recolección y análisis tiene 3 etapas: la primera se caracteriza por la búsqueda de la información en bases de datos científicas virtuales como Scielo y Redalyc, la segunda consiste en elegir y organizar en una matriz aquellos aportes que den cuenta de los temas articulados en este texto como son la organización interna de los procesos ocurridos en las empresas, las estrategias de venta y de internacionalización. Finalmente, la tercera parte corresponde al procesamiento de la información por medio de un mapa conceptual para establecer la estructura del tema y sintetizar los datos más significativos.

Tendencias de productividad en el mercado interno

En la definición de la productividad se destacan los recursos como su eje principal, donde de forma efectiva se da la producción de bienes o prestación de servicios de una empresa vinculando el conocimiento y el mejoramiento en cada uno de sus procesos (Nagles, 2013).

Es por eso que en el sector textil se están presentando tendencias que cumplen con su uso efectivo, dirigido hacia un nicho de mercado más consciente, por lo que se pretende trascender en la funcionalidad de las prendas de vestir, a través de nuevos desafíos tecnológicos, incorporando mejores oportunidades hacia consumidores con mayor responsabilidad social y ambiental.

La industria textil presentó un desarrollo alentador para el 2018, donde Garzón, ha señalado que hay un ambiente optimista entre los mismos empresarios, que ven la oportunidad de mejorar su competitividad y productividad, algunos de los indicadores a resaltar son la interacción con las realidades y los grupos de interés de la empresa; entendiendo como la eficiencia permite el desempeño con éxito de los nuevos contextos comerciales, en ese sentido las Pymes cuentan disponibilidad para seguir avanzando y fortaleciendo su presencia en el mercado.

De esa forma los clúster se presentan como una oportunidad que favorece el intercambio de conocimiento entre empresarios que se ubican en diferentes niveles de la cadena productiva, generando nuevas fortalezas que les permitan mejorar su manufactura y permanecer más conectados con las necesidades del contexto, primero en el orden local, regional y nacional, para luego atreverse con otros mercados más allá de las fronteras.

Es por eso que no es estratégico concentrar el análisis de la productividad en las primeras etapas de la producción, sino que es oportuno extenderla hasta los momentos de la distribución y las ventas, pues de esa manera se consigue una perspectiva más amplia a partir de la cual se consideran otras tendencias que todavía son de gran ayuda en pleno siglo XXI.

Según De la Cruz, Martínez, y García (2013), el objetivo general de las organizaciones y sus asociaciones, sin discriminar su tamaño, es la competitividad, que es un concepto importante para las empresas porque se ha podido ver el compromiso continuo de mejorar el producto y/o servicio, generando un crecimiento en el entorno económico y social, ya que las empresas se han comprometido cada vez más con sus clientes.

En general las tendencias y los esfuerzos identificados hasta este punto, son algunas de las principales alternativas adoptadas por las organizaciones del sector textil y confección, todas reflejan el interés por seguir evolucionando, aceptando la volatilidad y los retos del mercado nacional, marcando un horizonte que permanece abierto para la consolidación de esta área económica estratégica, gracias a la cual es posible crear empleo, construir marca país, entre otros alcances positivos.

Tendencias de productividad en el mercado externo

El propósito del sector textil es seguir ampliando su presencia a nivel internacional, que durante el 2017 alcanzó exportaciones por valor de US\$473,2 millones entre las que se destacan los siguientes productos: trajes de baño, Jean y prendas de control o fajas (Piñeiro, Moreno y Estrella, 2017).

Asimismo las empresas han desarrollado ventajas competitivas, a través de la organización de sus recursos tanto humanos como los materiales, reduciendo los costos de producción, destacando los productos diferenciadores con estrategias competitivas específicas desarrolladas, con base en un análisis interno (de las fortalezas y debilidades de la compañía) y externo (de las oportunidades y amenazas existentes en el entorno) (Piñeiro et al., 2017, p. 42).

Las empresas pequeñas y medianas son quienes resienten con mayor intensidad los cambios y en esa dirección son las que pueden perder más dinero sino toman decisiones más inclusivas y tendientes a integrar los proveedores de maquila, materia prima e insumos o de logística en la cadena de valor.

Los investigadores James y Rojas, (2014) también consideran a las pequeñas y medianas empresas como los espacios ideales para implementar estas tendencias porque de

acuerdo con sus hallazgos comienza con el talento humano, quienes son los encargados de vivenciar, respaldar o impedir la aplicación de las metodologías y técnicas.

Se permite detectar mejores formas de invertir los recursos humanos, materiales y económicos puesto que permite llegar a un entendimiento más amplio del tema, además de favorecer la implementación de técnicas de mejoramiento continuo que gozan de gran acogida en el mercado internacional.

Sin embargo, en pleno siglo XXI, hay que tener en cuenta que los datos son un activo fundamental porque a través de ellos se pueden tomar las mejores decisiones, enfocándonos en la etapa de la producción del conocimiento que es otra de las tendencias que marcan el entorno del sector textil, ya que le permite a la empresa tener un enlace entre las necesidades de los clientes y el mercado con la toma de decisiones en los procesos de producción, distribución e innovación, (Agidital, 2019).

Esta tendencia se desarrolla a través de cuatro etapas, que se dan bajo una lógica secuencial que incluye el valor por las opciones de abrir unidades de producción en el extranjero, subsidiarias de venta, elección de agentes o representantes y la definición de las actividades no regulares de exportación.

En el continente y en el mundo en general el éxito de empresas como Inditex han disparado el interés por hacer negocios dentro del sector textil, una realidad que han estudiado Reyes y Jumenez (2012) pero, para identificar que el potencial existe, todavía son considerables las empresas que pueden hacer parte de la dinámica exportadora y una estrategia que proponen para elevar la productividad es ir hasta los nichos, apuntando a segmentos más pequeños y diferenciados.

Desde la perspectiva de Solano y Mendoza (2015), retomando otros autores, hay algunos elementos que deben ser tenidos en cuenta, tales como la variedad de los productos destacando su calidad, los tratados de libre comercio (TLC) y la tasa de cambio. Además hay otra ventaja en el comercio internacional que también debe de ser descatada y es la ubicación geográfica que tienen algunas empresas que les otorga cierta ventaja por encontrarse cerca de los grandes mercados nacionales y a los puertos marítimos.

En la actualidad con la tecnología se trata de integrar todas las oportunidades y retos que tiene el mercado global para adaptar la gestión estratégica a las posibilidades de cada organización, es así como Torres y Gilles (2012) pueden afirmar que la oferta exportable de Colombia está de espaldas a la dinámica mundial de exportaciones, que se centra en exportaciones de manufacturas y especialmente, en bienes de media y alta tecnología” (p.218), razón por la que requiere una actualización que puede suceder con la incursión en el mundo digital, las tendencias descritas hasta ahora requieren de una integración fluida con las nuevas condiciones tecnológicas.

Uno de los mayores retos en esta época es vincular con integridad los recursos materiales con los recursos humanos y naturales para que el progreso suceda de la forma más armoniosa y sostenible posible.

En el reconocimiento de las experiencias de países y empresas se van perfilando rasgos estratégicos que deben ser tenidos en cuenta para perdurar como una empresa productiva, en la investigación de Díaz y Gutiérrez (2014) se declara la importancia de adoptar un modelo que beneficie a toda la cadena de valor y en especial a todos los colaboradores, pues no se trata de exportar a costa de la permanencia de la organización, se precisa que se necesita de un pensamiento sistémico para llegar a potencializar los recursos con los que cuenta cada empresa.

Finalmente frente a la competencia desleal que representan las manufacturas procedentes de la China, se ve la necesidad de no caer en la guerra de los precios sino apostar por el valor agregado, por la calidad y la responsabilidad como fuentes para la competitividad.

Resultados y análisis

El rendimiento del sector textil-confecciones en el país obedece a diferentes variables internas y externas, las cuales van cambiando conforme pasa el tiempo o se aprueban nuevas políticas económicas, en ese sentido se destacan como tendencias para la productividad el rediseño de los procesos que tienen lugar al interior de las empresas para que puedan fortalecerse desde adentro y luego ser competitivas en el mercado, primero a nivel regional, luego nacional y finalmente en las exportaciones hacia otros países.

Uno de los elementos externos que establece mayor presión es la competencia con los productos asiáticos que suelen manejar precios irrisorios con los que no pueden competir los empresarios textiles, esa tendencia ha generado la formulación de estrategias como la adopción de herramientas de mejoramiento continuo que permiten a los emprendedores crecer y llegar a competir con las grandes compañías, alcanzando nuevos niveles de intercambio y por consiguiente de productividad.

Los clúster y las asociaciones que permiten a las regiones del país posicionar su industria textil y de confección desde lo colectivo, son otra de las tendencias más relevantes en la actualidad porque les permiten unir sus fortalezas, sin perjudicar sus operaciones individuales, de esa manera se continúa trabajando por el posicionamiento de la buena imagen que tiene Colombia en cuanto a la calidad de sus telas y el alto desempeño en costura.

En lo referente a las tendencias que incorporan para competir en el nivel internacional se destacan la necesidad de generar productos con valor agregado, en ocasiones más elaborados y potencializados para los mercados externos, los cuales les permiten forjarse una buena reputación entre los compradores.

En esta revisión se evidencia que la productividad permanece directamente relacionada con la administración de los recursos, en la medida que esta sea eficiente y actualizada, se puede alcanzar un desempeño que permita a las empresas

del sector ser líderes, generar nuevas oportunidades de negocio constantemente y superar sus propias expectativas en cuanto a la consolidación en el largo plazo de sus planes.

Discusión

La productividad de los empresarios textiles y de la confección en Colombia suele ser analizada según las cifras de sus negocios, aunque en realidad cada vez más la tendencia señala que se deben reorganizar sus estructuras corporativas para que estas puedan ser el fundamento sobre el cual puedan competir en el mercado. En esa idea coincide Campos (2014) para quien la planeación de las acciones empresariales son la causa del éxito o el fracaso, sin embargo, en la investigación de Piñeiro et al. (2017) se trata más de acelerar los procesos para llegar al nivel de eficiencia mostrado por ejemplo por los chinos.

No obstante, parece mucho más realista y productivo generar procesos paulatinos y sostenibles desde las pequeñas o medianas empresas en las que ellas se transforman en sus procesos de producción, distribución y comercialización para responder a las exigencias del mercado con solidez y responsabilidad. En este sector no existen caminos fáciles porque son variados los factores que determinan su funcionamiento y solo a través de la gestión estratégica se pueden prever algunos escenarios y sus posibles comportamientos.

Asimismo en la perspectiva de Marulanda y Montoya (2015) la información y el conocimiento tienen un valor inclusive superior al que tienen los recursos financieros, puesto que permiten realizar inteligencia de mercados en un momento en el que las condiciones siempre son cambiantes. Sin duda sus aportes son sustanciales porque en pleno siglo XXI las empresas que cuentan con datos y saben emplearlos a su favor son las que obtienen mejores oportunidades de intercambio y rentabilidad, puesto que al conocer las preferencias y necesidades de los clientes consiguen generar una oferta que se adapte a eso y así incrementar su portafolio de proveedores, productos y compradores.

En este punto la mayor potencialidad del sector textil-confecciones la tienen las pymes, algo que de acuerdo con Pérez (2017) no puede ser desaprovechado porque son el futuro del tejido empresarial nacional y representan la posibilidad de hacer las planeaciones administrativas bien desde el comienzo, sin saltarse procesos de planeación, ejecución y evaluación que son necesarios para contar con una industria próspera y sostenible.

En general los autores aportan herramientas y metodologías pertinentes para la realidad del sector, la mayoría plantea ideas a partir de estudios de caso tomados de experiencias reales, lo cual permite identificar los aspectos problemáticos y sus posibles soluciones, todas propuestas desde una óptica que propende por una productividad que eleva la competitividad.

Conclusiones

El sector textil-confección, aunque enfrenta dificultades que ponen en riesgo su desarrollo, sigue trabajando por fortalecer su gestión estratégica, especialmente desde las pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que adoptan herramientas para aumentar el alcance de sus esfuerzos, así como para proyectarse a nivel internacional.

En el ámbito nacional las empresas se interesan por trabajar unidas en torno a iniciativas que les permitan fortalecer sus recursos, algunas de ellas se interesan por el rediseño de sus procesos, aunque en su mayoría tienen dificultades por falta de presupuesto, sin embargo, su principal apoyo es el talento y la responsabilidad del recurso humano.

En los esfuerzos por ser empresas exportadoras, las organizaciones colombianas se concentran en adoptar modelos y herramientas internacionales según sus condiciones y características, precisamente en la voluntad de adaptarlas reside su posibilidad de éxito, al incrementar su productividad para resultar más competitivas.

Las tendencias citadas son herramientas que resultan complementarias, se pueden aplicar varias de ellas según los objetivos de cada compañía, al elegir las se crea un círculo de conocimiento que beneficia a mediano y largo plazo la estructura de funcionamiento, ayudando a que puedan asumir cada vez retos más grandes y obtener mejores resultados.

Referencias

- Agidital. (2019). *Programa textil para fábricas de confección*. Recuperado de <https://www.adigal.com/fabricacion-confeccion-textil/>
- Campos, A. (2014). El Sector Textil en Colombia: ¿Cómo ser más competitivos? Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12920/Ensayo%20Especializacion.%20EL%20SECTOR%20TEXTIL%20EN%20COLOMBIA%20%BF%20COMO%20SER%20M%C1S%20COMPETITIVOS.pdf?sequence=1>
- Castro, O., Ojeda, R., L., Reyes, N., y Rodríguez, K. (2016). Análisis de las políticas de comercio exterior en Colombia para disminuir el ingreso de mercancías del sector textil y calzado provenientes de China. *Revista VIA IURIS*, (21), 127-146. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/2739/273950435008.pdf
- De la Cruz, M., Martínez, C. y García, M. (2013). Competitividad empresarial: labor de recursos humanos en las organizaciones. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, N°185. Recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2013/competitividad.html>
- Díaz, O. y Gutiérrez, E. (2014). La Industria De La Confección En Tres Localidades, Producción A La Mexicana.

- Compendium*, 17(32), 5-26. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/880/88037910002.pdf
- Garzón, J., (2018). Industria Textil Colombiana 2018: telas inteligentes y tendencias ecológicas. *Cámara de comercio*. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/20182/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>
- Jaimes, L., Rojas, M. (2014). Una mirada a la productividad laboral para las pymes de confecciones. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/itec/v12n2/v12n2a09.pdf>
- Marulanda, N. y Montoya, I. (2015). Modelo Para Gestionar El Conocimiento En El Sector Textil De Medellín, Empleando Dinámica De Sistemas. *Semestre Económico*, 18(38), 161-190. Recuperado de www.scielo.org.co/pdf/seec/v18n38/v18n38a7.pdf
- Nagles, N. (2013). Productividad: Una propuesta desde la gestión del conocimiento. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (58), 87-106. Recuperado de <https://doi.org/10.21158/01208160.n58.2006.389>
- Pérez, M. (2017). Implementación de herramientas de control de calidad en Mipymes de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA. *Industrial Data*, 20(2), 95-100. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=81653909013
- Piñero, L., Moreno, M., y Estrella, R. (2017). Política económica y desarrollo competitivo para pymes: Colombia y China desde un análisis sistémico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (82), 1-31. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=20652069003
- Reyes, S. y Jumenez, S. (2012). *Composición de las exportaciones y crecimiento económico en la Comunidad Andina de Naciones*. *Lecturas de Economía*, (77), 53-90. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=155226077003
- Sánchez, P., Ceballos, F. y Sánchez, G. (2015). Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: modelación y simulación. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25(2), pp. 137 – 150. Recuperado de www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n2/v25n2a08.pdf
- Suá, E., Sarasti, H. y Buelvas, F. (2017). Sector textil y de confecciones genera la cuarta parte de empleos en Colombia, *Noticias RPTV*. Recuperado de <http://noticiasrptv.com/sector-textil-y-de-confecciones-genera-la-cuarta-parte-de-empleos-en-colombia/>
- Torres, D. y Gilles, R., (2012). Exportaciones Industriales De Colombia: Estructura Tecnológica, Sofisticación Y Diversificación (1990-2010). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ceco/v31nspe57/v31nspe57a09.pdf>