

**IDENTIFICACIÓN DE FACTORES COMPETITIVOS DEL SECTOR
CONFECCIONES EN EL VALLE DEL CAUCA**

**CAROLINA AMÉZQUITA MILLÁN
JIMY JOSÉ TAMAYO GIRÓN**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012**

**IDENTIFICACIÓN DE FACTORES COMPETITIVOS DEL SECTOR
CONFECCIONES EN EL VALLE DEL CAUCA**

**CAROLINA AMÉZQUITA MILLÁN
JIMY JOSÉ TAMAYO GIRÓN**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**Director:
RUBÉN DARÍO ECHEVERRY ROMERO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012**

Nota de Aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la **UNIVERSIDAD DEL VALLE**.

Presidente de Jurado

Jurado

Santiago de Cali, 13 de Febrero del 2012

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	10
A. Planteamiento del problema	11
1. OBJETIVOS	13
1.1 OBJETIVO GENERAL	13
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
2. METODOLOGÍA	14
3. MARCO CONCEPTUAL	16
3.1 COMERCIO, DESARROLLO Y GLOBALIZACIÓN	16
3.2 COMPETITIVIDAD	17
3.2.1 Competitividad macroeconómica	18
3.2.2 Competitividad microeconómica	19
3.2.3 Competitividad regional	21
3.3 COMPETITIVIDAD SECTORIAL (MODELO DE MICHAEL PORTER)	21
3.3.1 Condición de factores	22
3.3.2 Condición de demanda	23
3.3.3 Industrias relacionadas y de apoyo	23
3.3.4 Contexto para la estrategia y la rivalidad	24
3.4 EL DOBLE DIAMANTE GENERALIZADO DE MOON, RUGMAN Y VERBEKE	25
3.5 MODELO DE LOS NUEVE FACTORES	27
4. CONTEXTO COMPETITIVO DEL SECTOR CONFECCIÓN	30
4.1 CONTEXTO COMPETITIVO DE COLOMBIA	30
4.1.1 Formalización y mercado laboral	35
4.1.2 Ciencia, tecnología e innovación (Ctel)	36
4.1.3 Infraestructura, transporte y logística	40
4.1.4 Tecnologías de la información y las comunicaciones	44
4.1.5 Educación	47

4.1.6 Bancarización y asignación eficiente del ahorro	48
4.1.7 Sistema tributario	49
4.1.8 Atributos comerciales	51
4.2 SECTOR CONFECCIÓN EN COLOMBIA	52
4.2.1 Aporte del sector en la industria colombiana	52
4.2.2 Diagnóstico del sector confección en Colombia	58
4.2.2.1 Recurso humano	61
4.2.2.2 Marco normativo	61
4.2.2.3 Fortalecimiento, promoción e infraestructura del sector industrial	61
4.2.3 Tendencias del sector confección	62
4.2.3.1 Importancia de temas éticos	62
4.2.3.2 Equilibrando costo, velocidad y precio	62
4.2.3.3 Subcontratación de tareas	62
4.3 CONTEXTO COMPETITIVO DEL VALLE DEL CAUCA	63
4.3.1 Estructura productiva del Valle del Cauca	65
4.3.1.1 Indicadores económicos Valle del Cauca	67
4.3.1.2 Composición del mercado del Valle del Cauca	81
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	89
5.1 FACTORES COMPETITIVOS DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN EN EL VALLE DEL CAUCA	90
5.2 TENDENCIAS DEL SECTOR PRODUCTIVO DE LA REGION	92
5.2.1 Condiciones de los factores	94
5.2.2 Condiciones de la demanda	96
5.2.3 Empresas relacionadas horizontal y verticalmente	97
5.2.4 Estructura y rivalidad de la industria	100
5.2.5 Inclusión del gobierno	103
5.3 EL SECTOR DE CONFECCIONES TIENE DESTINOS INEXPLORADOS	109
5.3.1 Aspectos centrales para la creación de ventajas competitivas en el Valle Del Cauca	110
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFIA	120

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Dimensiones de la competitividad	18
Cuadro 2. Indicadores de competitividad, reporte global de competitividad 2010-2011, puesto entre 139 países	35
Cuadro 3. Puestos en los índices internacionales de TIC	45
Cuadro 4. Acuerdos comerciales en el mercado americano y europeo	55
Cuadro 5. Población con nivel educativo en el Valle del Cauca	68
Cuadro 6. Exportaciones colombianas por departamento 2007 –junio 2009	76
Cuadro 7. Exportaciones del Valle del Cauca por destino 2007- mayo 2009	78
Cuadro 8. CIIU	78
Cuadro 9. Comportamiento de socios comerciales de Colombia año 2008-2009	79
Cuadro 10. Empresas en el Valle del Cauca según nacionalidad, 2008	82
Cuadro 11. Empresas en Colombia según nacionalidad, 2008	82
Cuadro 12. Indicadores de competitividad del Valle del Cauca sector textil	83
Cuadro 13. Indicadores de competitividad del Valle del Cauca sector prendas de vestir	84
Cuadro 14. Metas de bienestar y competitividad del gobierno nacional	108
Cuadro 15. Total importaciones de moda y textiles por años, en USD, de los países latinoamericanos	110
Cuadro 16. Resumen de las tendencias pesadas, elementos estructurantes y hechos portadores de futuro para el sector productivo del Valle del Cauca	113

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Indicadores de competitividad; Doing Business Global	32
Gráfico 2. Evolución de la posición de Colombia en los indicadores de Competitividad	34
Gráfico 3. Nivel de observación tecnológica en las firmas 2010, puesto en 139 países	38
Gráfico 4. Disponibilidad de capital de riesgo 22,2010, puesta en 139 países	39
Gráfico 5. Colombia en el índice de desempeño logístico y sus componentes, 2010	43
Gráfico 6. Ranking y desincentivo de los impuestos corporativos a la actividad empresarial, 2010	50
Gráfico 7. Ranking impacto de los impuestos en los incentivos a trabajar e Invertir, 2010	50
Gráfico 8. Crecimiento de la producción del sector entre los años 2001 y 2007	52
Gráfico 9. Crecimiento de las exportaciones de textiles y confecciones entre los años 2000 y 2008	52
Gráfico 10. Producción total del sector, 2007	53
Gráfico 11. Confecciones exportaciones, 2008	54
Gráfico 12. Confecciones importaciones, 2008	56
Gráfico 13. Colombia, alta productividad laboral y bajo número de países laborales	57
Gráfico 14. Brechas competitivas	59
Gráfico 15. Brechas tecnológicas	60
Gráfico 16. Crecimiento del PIB Valle del Cauca y Colombia	67
Gráfico 17. Participación de los departamentos en el PIB de Colombia, 2007	67
Gráfico 18. Crecimiento y participación del PIB del Valle del Cauca	69
Gráfico 19. PIB del Valle del Cauca por sector económico	69
Gráfico 20. Participación del Valle en el total nacional	70

Gráfico 21. PIB del Valle del Cauca por sectores económicos, 2007	70
Gráfico 22. Inversión extranjera directa en el Valle del Cauca	80
Gráfico 23. Inversión extranjera acumulada y proyectos Greendfield	81
Gráfico 24. Número de establecimientos de confecciones por departamento	83
Gráfico 25. Participación sectorial en las exportaciones no tradicionales del Valle del Cauca, 2006	85
Gráfico 26. Exportaciones por departamento	86
Gráfico 27. Principales destinos de exportación del Valle del Cauca	86

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Principales cuello de botella del crecimiento de la inversión, la generación de empleo y las mejoras de la productividad	20
Figura 2. Diamante de Porter	22
Figura 3. Naturaleza de la competencia	25
Figura 4. El doble diamante generalizado de Moon, Rugman y Verbeke	26
Figura 5. El modelo de los nueve factores	28
Figura 6. Acuerdos comerciales del sector a nivel mundial	54
Figura 7. Cadena productiva de confecciones	98

INTRODUCCION

El período de bajo crecimiento industrial por el cual ha atravesado la economía colombiana durante las dos últimas décadas, así como sus consecuencias, especialmente en el desempeño empresarial y en la generación de empleo, ha reactivado el debate sobre la formulación de una política de desarrollo productivo con énfasis en el mercado internacional, donde se favorezca la adaptación del sector empresarial colombiano a los retos y oportunidades derivados de los nuevos esquemas de organización industrial y del mayor grado de competitividad que debe alcanzarse en los mercados internacionales.

En el proceso de internacionalización y desarrollo de la industria Colombiana, el sector de confecciones ocupa un sitio de importancia dada su alta generación de ingresos por exportaciones; el constituirse como un sector intensivo en mano de obra siendo responsable del 12% del empleo de la industria manufacturera Colombiana; poseer una trayectoria industrial de más de 100 años que hoy en día integra a mas de 6000 empresas en el sector permitiendo un crecimiento económico y un reconocimiento tanto nacional como internacional por su calidad, productividad y oportunidades de negocio.

Ante este escenario el presente documento parte de un análisis conceptual del comercio, desarrollo, globalización y competitividad, realizando un mayor énfasis en el análisis de la competitividad en el sector de confecciones, para luego contextualizar la situación reciente de competitividad del sector en Colombia, su diagnostico, sus tendencias a nivel nacional, culminando con la situación sectorial específica del Valle del Cauca. Como acto seguido el presente trabajo se basa en el diagnostico anterior para establecer los retos, que en tema de competitividad, posee el sector en el departamento del Valle del Cauca, con base en los cuales se construyen algunas recomendaciones desde el punto de vista analítico y académico para la industria de la confección, donde los resultados, reconocemos dependerán de la habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispongan las empresas, para conseguir los niveles de competitividad deseados.

A. Planteamiento del problema

Durante los últimos años, Colombia ha emprendido una agresiva política de integración buscando tratados de libre comercio, de inversión, etc. con el ánimo de ampliar nuestros mercados. Aunque con algunas demoras ya es una realidad con respecto al TLC con Canadá y con la próxima entrada en vigencia de los acuerdos de libre comercio con los Estados Unidos y la Unión Europea y en un futuro inmediato la conformación de un bloque económico con México, Chile y Perú. Pero, la simple entrada en vigencia de los tratados, no transformará al país. Si queremos aprovechar plenamente los beneficios de estos acuerdos es necesario no postergar más la ejecución de la agenda de competitividad.

Así como Colombia, el Valle del Cauca ya ha asimilado el hecho de que la internacionalización es una oportunidad, ya que es en ese mundo globalizado donde se tiene acceso a conocimientos tecnológicos, recursos financieros y de capital, servicios e incluso apoyo político y social, pero también es cierto que esta inserción exige compromisos en los ámbitos económico, político, ambiental y social. Existen ya en la comunidad internacional ciertos paradigmas implícitos, como son, por ejemplo: en lo económico, los bajos niveles en inflación, en déficit fiscal, en déficit en cuenta corriente y en las tasas de interés; en lo político, la existencia de democracia, la solución pacífica de los conflictos, la eliminación de las prácticas corruptas, la mejoría en materia de promoción de derechos humanos; en lo ambiental, la defensa del ecosistema y la biodiversidad, el uso de tecnologías limpias, la protección de las fuentes de agua; en lo social, la disminución sustancial en el desempleo, la lucha contra la pobreza, el mayor bienestar y calidad de vida de los ciudadanos y el seguimiento de los principios fundamentales del trabajo. En este contexto y teniendo en cuenta los conceptos de competitividad del Foro Económico Mundial y del Institute for Management Development, se debe partir de la premisa que las empresas deben ser sostenibles en el tiempo y contar con una clara política de responsabilidad social empresarial.

Ante este reto, el sector privado también ha realizado importantes esfuerzos para ajustarse a las condiciones de la globalización. En efecto, ha aumentado la inversión productiva, ha avanzado en la modernización de las empresas y ha racionalizado los costos de producción.

Este esfuerzo conjunto del sector público y privado se ha traducido en una significativa transformación de la economía colombiana. Sin embargo la pérdida de liderazgo que ha tenido el Valle del Cauca se evidencia en los últimos informes sobre competitividad en Colombia y en la revisión de diversas cifras macroeconómicas que muestran preocupante pérdida de participación regional en la dinámica económica nacional.

Es por ello que considerando la relevancia de los estudios adelantados en el programa de transformación productiva, y los planes adelantados de la apuesta productiva del Valle del Cauca con algunos sectores emergentes, se pretende analizar el sector de las confecciones, uno de los sectores identificados como de clase mundial y con los resultados obtenidos entender de qué manera este puede coadyuvar en la generación de propuestas de desarrollo de la región, para que el Valle del Cauca siga siendo una de las regiones líderes en el tema de la competitividad regional.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un análisis del sector de la confección en el Valle del Cauca, identificando sus características competitivas que lo conviertan en motor de desarrollo regional.

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Comprender la convergencia de situaciones, atributos y dinámicas que favorecen la formación de la competitividad del sector de confecciones en el Valle del Cauca.
- Analizar el perfil competitivo del sector de la confección en el Valle del Cauca.
- Identificar los factores competitivos claves a transformar en el sector de la confección del Valle del Cauca, necesarios para un mayor posicionamiento del sector empresarial.

2. METODOLOGIA

Para la elaboración del proyecto se describen los antecedentes que se tienen alrededor de los factores de competitividad en Colombia, tomando como base el diagnóstico desarrollado en el programa de transformación productiva y la medición de competitividad de las naciones, realizada por el Foro Económico Mundial. Con base en ello se analizan las ventajas comparativas del Valle del Cauca apoyado en la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, del Departamento Nacional de Planeación, con el objeto de identificar los factores competitivos claves de la región que favorecen el sector de la confección.

El tipo de investigación planteado es de tipo exploratorio, causal y descriptivo; de tipo exploratorio y causal porque requiere que se haga una exploración e investigación, alrededor de la información pertinente a los factores de competitividad en el sector de las confecciones en el departamento del Valle del Cauca

Es de tipo descriptivo porque se plantea al final del estudio unas recomendaciones que permitan a las compañías del sector de la confección, mantener y alcanzar una mayor participación en el mercado, promoviendo unos factores de competitividad al interior del sector. La información requerida para este estudio reposa en:

Fuentes Secundarias: Documentos (boletines informativos de gremios, informes de desempeño de las principales industrias representativas del sector, programa de transformación productiva).

Entidades (Agremiaciones del sector de las confecciones, Cámara de Comercio, Departamento Nacional de Planeación, DANE, Banco de la República, Anuario Estadístico del Departamento del Valle, etc.)

Las técnicas de recolección de la información son:

Consultas y revisión bibliográfica (Boletines informativos, informes de desempeño del sector de la confección en el departamento del Valle, análisis estadísticos del DANE, Banco de la República, Superintendencia de Sociedades, Cámara de Comercio de Cali, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, CIDETEXCO, ANDI, ANIF; IV Informe del Consejo Privado de Competitividad BPR, etc.)

Para abordar la problemática planteada, se llevó a cabo una exploración de la información mencionada en las fuentes, entendiendo primero los criterios sobre los cuales se mide la competitividad internacionalmente, para luego poderla contrastar con algunas teorías que han intentado demostrar la capacidad de las empresas, los sectores y las naciones, de crear ventajas competitivas, entre ellas el modelo

de análisis sectorial de Michael Porter, el cual una vez estudiada la pertinencia de sus elementos, se consideró su incorporación en el desarrollo del análisis propuesto, no obstante el carácter de no absoluto y único, en cuanto las variables pueden cambiar con el tiempo.

Luego de revisar el contexto competitivo de Colombia y del Valle del Cauca, y con base en los datos sectoriales de los distintos gremios e instituciones públicas, se elaboró un diagnóstico del sector de la confección, con el propósito de comprender el tamaño del mismo a nivel global y local, con un mayor énfasis en las brechas y los principales factores que afectan la productividad y su potencial de crecimiento.

Finalmente, se contrastan los ejercicios nacionales y regionales con el fin de analizar los aspectos centrales que pueden limitar o potenciar la competitividad del sector y de la región, en temas como infraestructura, calidad del recurso humano, disponibilidad de capital, tecnología e innovación, asociatividad y cooperación empresarial e instituciones y gobierno, factores claves a transformar en el sector de la confección del Valle del Cauca.

Este trabajo se realiza con el fin de incentivar a los empresarios del sector de las confecciones a fortalecer esta industria tan importante, que en un momento dado puedan mirar más allá del mercado local, aprovechando la existencia de entidades y mecanismos que de manera activa vienen propendiendo por la internacionalización de nuestra economía.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 COMERCIO, DESARROLLO Y GLOBALIZACION

Para la Unión Europea, el comercio es un instrumento esencial para que los países en desarrollo alcancen los objetivos de desarrollo. Al impulsar la inversión y el empleo, la intensificación del comercio puede contribuir al aumento de los ingresos, a la mejora de la calidad de vida y al acceso a servicios básicos de los ciudadanos de los países en desarrollo. Al proporcionar a los Estados de los países en desarrollo una base más amplia para sus ingresos fiscales, la intensificación del comercio puede contribuir al desarrollo de los servicios sociales.¹

La globalización significa que los flujos de mercancías, servicios, capitales, tecnologías y personas se están extendiendo por todo el mundo, a medida que los países se van abriendo para estrechar sus relaciones mutuas. La globalización puede crear mayor riqueza para todos, pero también puede causar trastornos, y debe controlarse mediante normas internacionales. La actividad empresarial se está mundializando, por lo que es lógico que las normas de un comercio internacional justo se establezcan también a nivel mundial.²

La globalización significa que cada vez más países, tanto ricos como pobres, participan en la economía mundial. Es un proceso que está cambiando la estructura del comercio mundial y que impregna cada vez más nuestra vida cotidiana.

La apertura del comercio estimula la economía en general; aumenta los ingresos de los países exportadores y ofrece a los consumidores de los países importadores una gama más amplia de mercancías y servicios a precios más bajos gracias a la mayor competencia resultante. Lo que viene a hacer en resumidas cuentas es que todos los países fabriquen y exporten las mercancías y los servicios respecto a los cuales son más competitivos.

La globalización puede impulsar el crecimiento económico. Pero también puede tener efectos perjudiciales. Al aumentar el tamaño y la apertura de los mercados, aumenta también la competencia entre las empresas y entre los países. Al hacer que compitan economías que no tienen el mismo nivel de desarrollo, la globalización, si no se controla, puede aumentar la brecha existente entre los países ricos y los países pobres y marginar aún más a los países con economías más débiles.

¹ Convertir el Comercio en una herramienta de desarrollo; Comisión Europea Dirección General de Comercio.

² La globalización en beneficio de todos; Comisión Europea, Dirección General de Prensa y Comunicación, Texto original terminado en diciembre de 2002.

Los Estados no pueden solucionar este problema por sí solos. Del mismo modo en que la actividad empresarial se mundializa, las reglas del juego deben establecerse también mundialmente. Únicamente mediante acuerdos internacionales se podrá controlar la globalización y hacer que sea aprovechada en beneficio de todos.

3.2 COMPETITIVIDAD

Por competitividad de un país o de una región se entiende la capacidad de producir bienes y servicios que compitan exitosamente en mercados globalizados, generen crecimiento sostenido en el largo plazo y contribuyan de esa manera a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes.³

La competitividad está relacionada con múltiples factores que condicionan el desempeño de las actividades productivas, como la infraestructura, los recursos humanos, la ciencia y la tecnología, las instituciones, el medio ambiente y el entorno macroeconómico.

La competitividad de un país se había explicado a través de la teoría clásica de ventajas comparativas, la cual pone énfasis exclusivamente en la abundancia de recursos naturales y factores de producción. Con el paso del tiempo, esta teoría se ha mostrado como contradictoria; puesto que no es útil para explicar el desarrollo económico de ninguna economía industrializada.⁴ Ello muestra que la competencia en los mercados no es perfecta; tanto empresas como gobiernos pueden actuar estratégicamente afectando los flujos comerciales y, por tanto, el nivel de riqueza de una nación. En consecuencia, también pueden sufrir alteración las condiciones del mercado y la competitividad de las industrias.⁵

Sin embargo existen múltiples definiciones de competitividad, por lo que generalmente es difícil esquematizar las dimensiones que abarca, en tanto incluye todos los elementos que pueden influir en los aumentos de productividad de una nación. Una de las formas de desglosar el concepto de competitividad es sugiriendo que ésta abarca tres dimensiones principales: I) Competitividad a nivel macroeconómico, II) Competitividad a nivel microeconómico y III) Competitividad a nivel regional (Cuadro1).

La primera se enfoca en garantizar la existencia de condiciones de estabilidad macroeconómica y cambiaria necesarias para que prospere la actividad

³ Agenda interna para la productividad y la competitividad. Departamento Nacional de Planeación Bogotá. 2007.

⁴ KRUGMAN, Paul R. OBSTFELD, Maurice. Economía Internacional, Teoría y Política. McGraw-Hill. Cuarta Edición. 1999.

⁵ PORTER, Michael E. La ventaja competitiva de las naciones. Aparicio M. Rafael Traductor. Javier Vergara Editor S.A. Argentina. 1991. Pág. 20-.

económica, en términos de crecimiento e inversión. Sin embargo, no todo se soluciona con un ambiente macro adecuado. Dentro de la dimensión microeconómica, existen diversas áreas de vital importancia para la competitividad de un país que pueden estar enfrentando diferentes cuellos de botella, los cuales se convierten en restricciones vinculantes al crecimiento de la productividad de un país. En esa medida, una agenda de competitividad debe incluir la identificación de estos problemas, así como la provisión de incentivos y herramientas que permitan su superación, de manera que se logre destrabar las restricciones al crecimiento, la generación del empleo y la producción.

Es clave recordar que un país será competitivo en la medida en que tenga empresas competitivas, y estas empresas desarrollan sus actividades en espacios geográficos concretos. Es por esta razón que la última dimensión relevante es la regional, que busca garantizar la existencia de una institucionalidad capaz de responder a las necesidades específicas que enfrentan las diferentes industrias en las distintas locaciones geográficas del país y de un entorno eficiente y amigable para hacer negocios a nivel local, enmarcado en la promoción de iniciativas productivas (entre ellas, las de clústers) y de políticas de desarrollo de la productividad particulares a cada par sector-región.

A continuación se presenta un análisis de cada una de estas dimensiones, así como un panorama general de la situación del país en cada caso.

Cuadro 1. Dimensiones de la competitividad

COMPETITIVIDAD		
DIMENSIÓN MACROECONÓMICA	DIMENSIÓN MICROECONOMICA	DIMENSIÓN REGIONAL
• Estabilidad fiscal • Estabilidad Monetaria • Estabilidad cambiaria	• Infraestructura • Educación • Mercado laboral y formalización • Instituciones y justicia • Corrupción • Otros	• Institucionalidad • Políticas de desarrollo de productividad (ej clusters) • Entorno de negocios y ambiente regulatorio

Fuente: Informe Nacional de competitividad 2010-2011

3.2.1 Competitividad macroeconómica. La crisis económica mundial nos golpeó; sin embargo, su impacto ha sido mucho menor de lo esperado. El país exhibió una importante resiliencia debido, entre otros factores, a la existencia de un sistema financiero sólido, a la falta de endeudamiento y apalancamiento excesivo

y a la poca contracción de la liquidez. Estos elementos, sumados con los progresos en seguridad, confianza y estabilidad macroeconómica, redundaron en buenos desempeños e incluso en caídas menores de las anticipadas en algunas variables.⁶

3.2.2 Competitividad microeconómica. A nivel microeconómico, es importante buscar soluciones a las distorsiones de mercado, las necesidades de bienes públicos específicos, que minan la productividad del aparato productivo. Ahora bien, dado que los recursos y las capacidades disponibles son finitos, es importante priorizar campos de acción concretos y diseñar políticas específicas. Para tal efecto, es necesario usar herramientas metodológicas que nos permitan identificar los cuellos de botella que realmente están restringiendo el crecimiento de la productividad y la inversión.

Basado en el árbol de decisión propuesto por los profesores Hausmann, Rodrik y Velasco de la Universidad de Harvard,⁷ el Gráfico 2 incluye los temas críticos para la competitividad del país a nivel microeconómico. Además, define los siguientes diez temas mercado laboral y formalización; ciencia, tecnología e innovación (CTel); infraestructura, transporte y logística; tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC); educación; bancarización y asignación eficiente del ahorro; sistema tributario; justicia; corrupción; y energía como insumo. En general, los obstáculos al crecimiento se pueden clasificar en dos grandes categorías: los que tienen que ver con la falta de incentivos económicos (bajo retorno de la actividad económica) y los que tienen que ver con falta de recursos para inversión (problemas de financiamiento).

Por su lado, el bajo retorno de la actividad económica tiene dos razones fundamentales: primero, problemas de apropiabilidad de las ganancias privadas derivadas de las actividades productivas; y segundo, la existencia de distorsiones que conllevan a que el retorno económico de las inversiones sea bajo. Los principales cuellos de botella asociados a bajos niveles de apropiabilidad de los retornos privados se deben en gran medida a cuatro factores: I) los problemas existentes en el sistema judicial para proteger los derechos económicos de los particulares y garantizar la seguridad jurídica de sus transacciones; (II) la alta estructura tarifaria y complejidad del sistema tributario colombiano, que distorsiona las decisiones de inversión, especialmente en la medida en que da tratos diferenciados a agentes económicos de la misma capacidad de generación de ingreso; III) los altos niveles de corrupción observados, producto de problemas en los mecanismos de prevención (mala gestión del recurso humano, penas muy pequeñas, falta de proactividad privada) y en los mecanismos de control (poca visibilidad, falta de participación ciudadana, poca competencia política); y IV) los

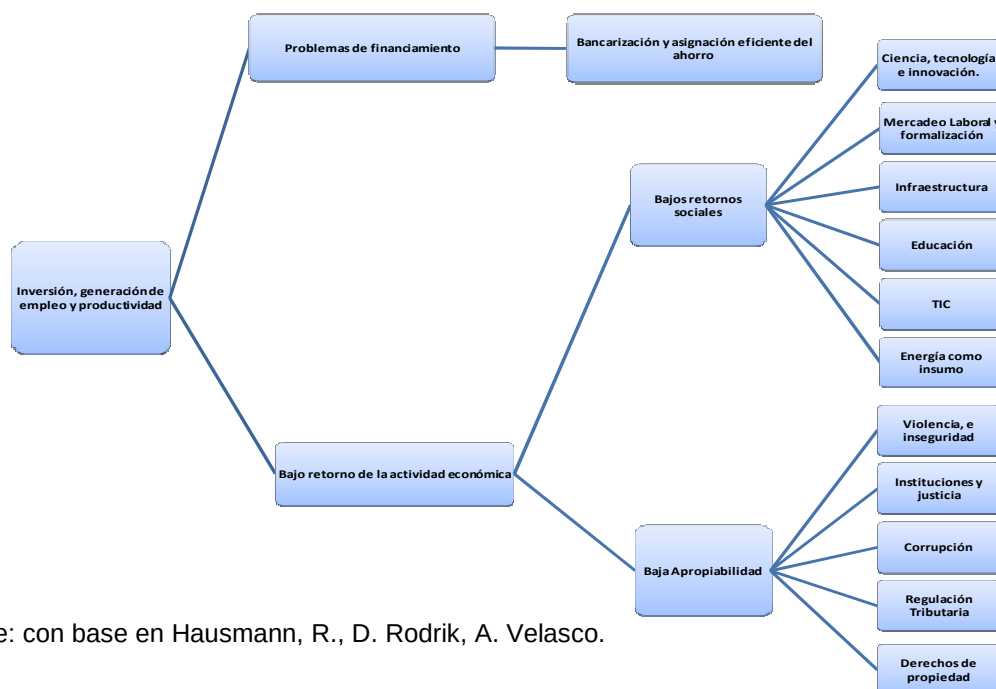
⁶ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

⁷ Hausmann, R., D. Rodrik, A. Velasco. Growth Diagnostics. Universidad de Harvard, 2005

fenómenos de seguridad y violencia que exacerbaban la posibilidad de que los agentes económicos pierdan o reduzcan el retorno de sus inversiones.

Por otro lado, existen distorsiones y otros tipos de cuello de botella en áreas que son críticas para el aparato productivo, que reducen los retornos económicos de las inversiones, tales como: I) la gran brecha del país en materia de CTel, que se refleja en las pobres capacidades de absorción, generación y gestión del conocimiento; II) los altos niveles de informalidad empresarial y laboral que generan situaciones de competencia desleal, pobre generación de empleo y pérdida de ingresos por recaudo fiscal; III) el atraso en la construcción y operación de grandes obras de infraestructura y la falta de esquemas logísticos y de un sector de transporte competitivo, que obstaculizan de manera importante el proceso de internacionalización económica; IV) los rezagos en la cobertura de atención integral a la primera infancia, las deficiencias en términos de calidad educativa y la falta de coordinación de la oferta de capital humano con las necesidades del sector productivo; V) el incipiente acceso a banda ancha debido a los altos precios derivados de problemas de escala y los problemas de equidad (brecha digital urbana-rural y entre estratos socioeconómicos) en acceso a TIC; y VI) los altos precios de la energía, un insumo crítico para el resto del sector productivo, debidos en parte a regímenes contributivos con problemas estructurales.⁸

Figura 1. Principales cuellos de botella del crecimiento de la inversión, la generación de empleo y las mejoras de productividad.



Fuente: con base en Hausmann, R., D. Rodrik, A. Velasco.

⁸ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

3.2.3 Competitividad regional. La última dimensión de la competitividad se enfoca en los elementos locales que inciden en la capacidad productiva de las empresas: la articulación de iniciativas productivas y el ambiente de negocios.

En este sentido, la literatura reciente y múltiples estudios de experiencias internacionales han identificado la importancia que tiene la implementación de políticas de desarrollo de productividad, entendidas como políticas que abordan los cuellos de botella que restringen la competitividad de iniciativas productivas en locaciones geográficas concretas.

En particular, la evidencia empírica sugiere la presencia de clústers⁹ como mecanismos esenciales para el desarrollo regional y como espacios para la implementación de políticas de desarrollo de productividad, en la medida en que las concentraciones de industrias relacionadas son generadoras de riqueza en una región, principalmente a través de las exportaciones de bienes y servicios a otras regiones del país o fuera de éste.

La ventaja de los clústers frente a una estructura productiva basada en industrias aisladas y desconectadas, es que estos promueven simultáneamente la competencia, debido a las presiones competitivas que se generan entre las empresas que lo constituyen; y la colaboración, a través del beneficio derivado de las complementariedades entre los agentes económicos, que facilita el acceso a insumos, empleados, información especializada, instituciones y bienes semi-públicos. Esto permite aprovechar las sinergias y las externalidades que existen entre actividades económicas similares y, de esta manera, potenciar su expansión.

3.3 COMPETITIVIDAD SECTORIAL (MODELO DE ANÁLISIS SECTORIAL DE MICHAEL PORTER)

La competitividad sectorial refiere la capacidad de los sectores económicos en generar bases de creación y desarrollo de ventajas que sustenten una posición competitiva internacional. Competitividad sectorial es la medida en la cual un sector económico ofrece, simultáneamente, potencial para crecimiento y retornos sobre las inversiones, atractivas para las empresas que lo componen.¹⁰

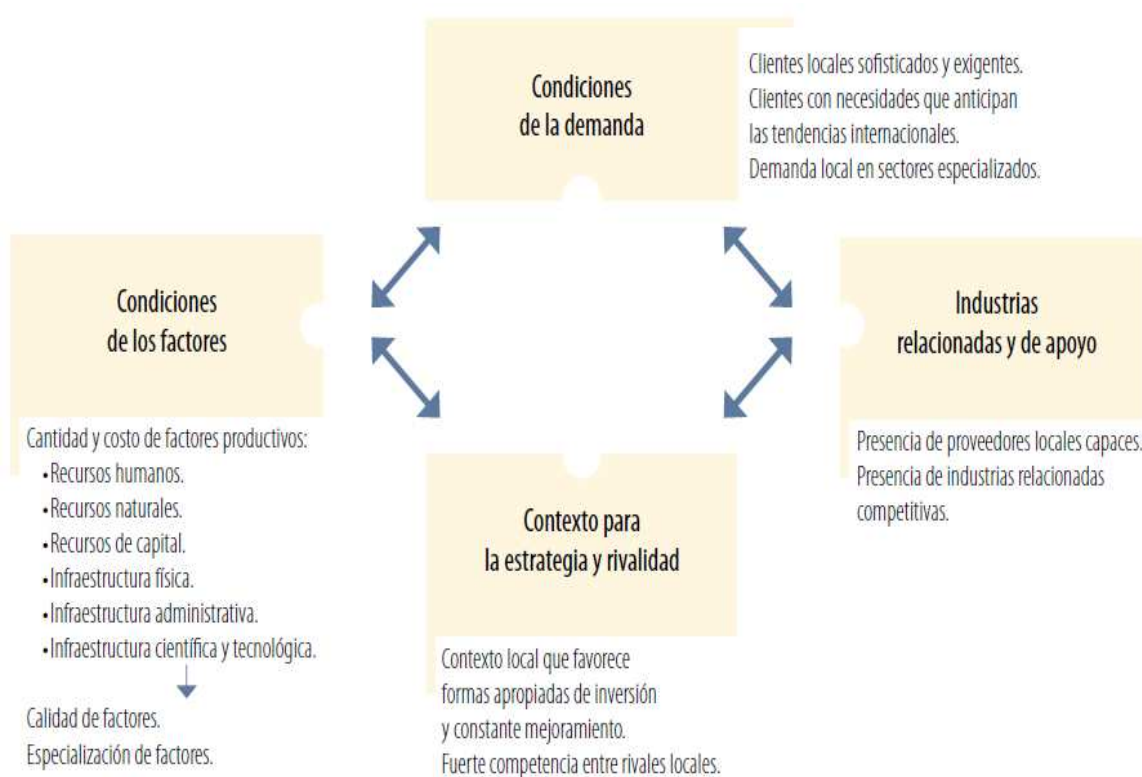
La competitividad depende fundamentalmente de la capacidad de las empresas para innovar y mejorar los productos de manera sostenida, y no de la disponibilidad de recursos naturales o de mano de obra barata. Esta capacidad, a su vez, depende de un conjunto de factores del entorno nacional, conocidos como

⁹ Clúster hace referencia a un grupo de compañías y asociaciones interconectadas, las cuales están geográficamente cerca, se desempeñan en un sector de industria similar y están unidas por una serie de características comunes y complementarias, que compiten y cooperan entre sí.

¹⁰ Para mayor detalle, ver: Porter, M. "Chapter 6, The Competitive Advantage of Nations", "Chapter 7, Clusters and Competition". On Competition, Harvard Business School Press, Upd. Exp. edition, 2008.

Determinantes de La Competitividad, en este sentido la metodología del Diamante de Porter presenta estos determinantes de la competitividad con los cuales se analiza la situación competitiva a partir de la identificación de fortalezas y debilidades en cuatro áreas estratégicas. Esto constituye una herramienta de diagnóstico que permite la elaboración de propuestas y líneas de acción para el sector público y privado, orientadas hacia el mejoramiento de los elementos que constituyen debilidades y hacia el fortalecimiento y creación de nuevas ventajas. A continuación se hace una breve descripción de los cuatro pilares del análisis.¹¹

Figura 2. Diamante de Porter



Fuente: Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

3.3.1 Condición de factores. La condición de factores es el primer atributo del Diamante de la Competitividad de Porter y hace referencia a la situación del clúster frente a los factores de producción, tales como recursos humanos,

¹¹ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

naturales, de capital y de infraestructura física, administrativa, científica y tecnológica, que son relevantes para la competitividad de la industria particular.

Estos factores pueden separarse en generales vs especializados. Los factores generales son comunes a todas las industrias y por lo tanto no generan ventajas sostenibles, mientras que los factores especializados —infraestructura, investigación y desarrollo, educación, habilidades y tecnología de punta particular al sector— son específicas para cada industria o segmento. Dado el tiempo que lleva generarlos y su difícil acceso, estos factores contribuyen de forma significativa a la creación de ventajas competitivas sostenibles¹².

3.3.2 Condición de la demanda. El contar con una demanda local sofisticada es de fundamental importancia para la competitividad de una industria, en la medida en que constituye un poderoso incentivo para innovar de manera más ágil y crear productos más avanzados que la competencia. Es más, las elevadas exigencias de los compradores locales pueden ayudar a las empresas a obtener ventajas competitivas, si sus necesidades anticipan las tendencias globales.

La importancia de la demanda local no se define solo por su tamaño, sino por su composición y características. Normalmente, unos compradores sofisticados permiten que las empresas identifiquen de forma rápida sus necesidades, presionan a las empresas a cumplir con los estándares más altos y brindan retroalimentación oportuna sobre la calidad del producto, lo que conlleva a que las empresas se vean forzadas a innovar hacia segmentos más exigentes.¹³

3.3.3 Industrias relacionadas y de apoyo. El tercer elemento fundamental en la determinación de ventajas competitivas para una industria es la existencia de industrias relacionadas y de apoyo.

Por ejemplo, un proveedor local internacionalmente competitivo puede ofrecer las materias primas más costo-eficientes de forma oportuna. Por otro lado, más allá de facilitar el acceso a materias primas, estas industrias crean ventajas en términos de procesos de mejoramiento e innovación a través de un constante flujo de información y de intercambio de ideas.

El diagnóstico incluye no solo a las industrias hacia arriba (proveedoras) o hacia abajo (clientes finales o intermedios) de la cadena, sino también a industrias complementarias relacionadas de manera indirecta con la cadena de producción, tales como instituciones que ofrezcan servicios logísticos, de transporte, de financiación y acceso al capital, entre otros (estas pueden ser de carácter público, privado o mixtas).

¹² Universidad de los Andes, Centro de Estrategia y Competitividad; Santander Entorno de Negocios Competitivo frente al mundo, 2006.

¹³ PORTER, Michael E. Upd. Exp. edition. Harvard Business School Press, 2008.

3.3.4 Contexto para la estrategia y la rivalidad. El último elemento de vital importancia para la creación de ventajas competitivas es el contexto para la estrategia y la rivalidad, el cual se refiere a las reglas, incentivos, y normas que rigen el tipo y la intensidad de rivalidad presente en el clúster.

Este contexto se puede dividir en dos dimensiones. La primera está relacionada al ambiente de negocios para el clúster en particular, que incluye elementos de estabilidad macroeconómica y política para la inversión, al igual que elementos microeconómicos, como la estructura tributaria que enfrenta el clúster, la regulación laboral, la protección a derechos de propiedad, entre otros.

La segunda dimensión está relacionada con las políticas locales que inciden en el grado de rivalidad existente en el clúster. Esta dimensión incluye elementos como el nivel de apertura a competencia internacional, apertura a inversión extranjera, existencia de monopolios y de empresas públicas en el sector, política de competencia, entre otros.

Según Michael Porter, existen cinco fuerzas que determinan la consecución de rentabilidad a largo plazo de la industria¹⁴ donde su autor considera que a partir de estas se genera la competencia dentro de la industria o sector determinado y que por medio de ellas se puede ilustrar su estructura y cambios. Tales fuerzas las refiere como: “amenaza de nuevas incorporaciones”, “la amenaza de productos o servicios sustitutivos”, “el poder de negociación de los proveedores”, “el poder negociador de los compradores” y “el grado de rivalidad entre las compañías existentes en la industria”.

Dichas fuerzas las considera como elementos clave “en la medida en que la existencia de gran rivalidad obliga a las industrias a competir en forma más agresiva e innovadora”¹⁵ haciendo presión en las empresas para que busquen nuevos mercados con mayor prontitud, acentuando la posibilidad de que se conviertan en oportunidades o amenazas, dependiendo de la intensidad con que estas se establezcan.

¹⁴ PORTER, Michael E. La ventaja competitiva de las naciones. Aparicio M. S.A. Argentina. 1991. Pág. 157.

¹⁵ PORTER, Michael E. On Competition. Upd. Exp. edition. Harvard Business School Press, 2008.

Figura 3. Naturaleza de la competencia



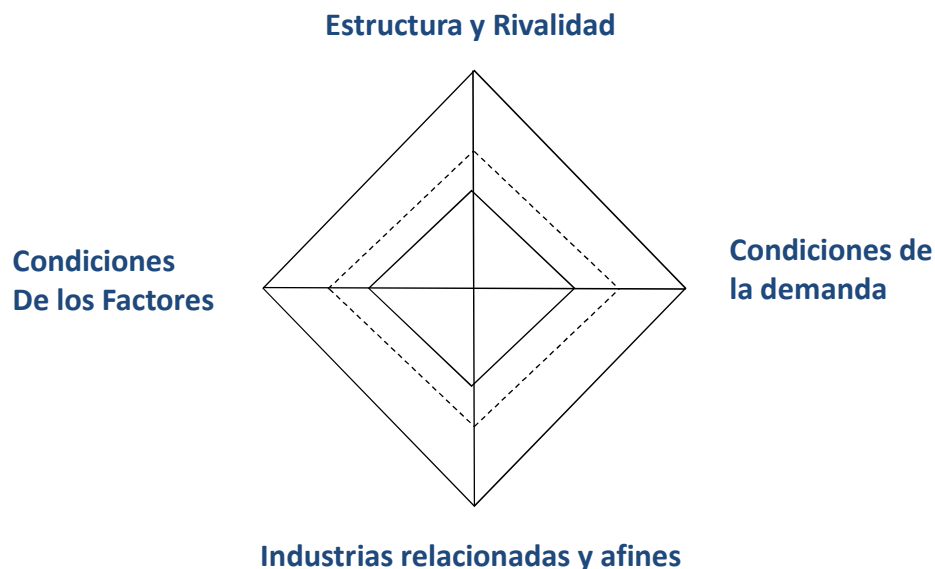
Fuente: Porter, 1991. Pag. 66. Citado también en el Harvard Bussiness Review Marzo-Abril 1979

3.4 EL DOBLE DIAMANTE GENERALIZADO DE MOON, RUGMAN Y VERBEKE

Un desarrollo del modelo de Porter se puede encontrar en los trabajos que incorporan los aspectos dinámicos de la competencia (Grant 1991). Es así como investigadores como Moon, Rugman y Verbeke (1995) ofrecen el concepto del doble diamante generalizado, en este modelo se incluyen las características del mercado local, así como los atributos del socio comercial mas importante del país. En este modelo generalizado se considera que la competitividad de una nación depende de un doble diamante, el diamante local y el diamante extranjero con los que se relacionan las empresas de un país. Este modelo busca cubrir algunas debilidades del diamante de Porter e incorporar la actividad multinacional y el gobierno dentro del modelo, y no como parámetros exógenos al mismo. El argumento para agregar estos factores radica, para los autores, en el hecho que el valor agregado sostenible resulta tanto de las empresas locales como de las empresas multinacionales. Del mismo modo la actividad multinacional, ya sea dentro o fuera, es importante para la competitividad de una nación o región, ya que afecta los determinantes del diamante, del mismo modo este ajuste facilita la aplicación del modelo del doble diamante para analizar cualquier economía pequeña.¹⁶

¹⁶ RAMOS RAMOS Rosario. Capitulo 1 La competitividad internacional de las naciones: Fundamentos teóricos En: Modelo de Evaluación de la Competitividad Internacional: Una Aplicación Empírica al Caso de las Islas Canarias, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.2001. Pág.91

Figura 4. El doble diamante generalizado de Moon, Rugman y Verbeke



Fuente: Moon, Rugman y Verneke (1995)

La figura anterior muestra el doble diamante generalizado propuesto por Moon, Rugman y Verbeke (1995), donde la parte externa representa el diamante global y la parte interna el diamante local. El tamaño del diamante global es fijo dentro de un período predecible, pero el tamaño del diamante local varía de acuerdo a las dimensiones del país y a su competitividad. El diamante de la línea de puntos trazada entre los dos diamantes citados es un diamante internacional que simboliza la competitividad de una nación, determinada tanto por parámetros locales como internacionales. La diferencia entre el diamante internacional y el local representa, por consiguiente, las actividades internacionales o multinacionales. Las multinacionales incluyen tanto la inversión directa extranjera en el país local como la inversión directa en el país extranjero.

En el modelo del diamante generalizado, la competitividad nacional se define como la capacidad de las empresas para mantener el valor añadido a largo plazo a pesar de la competitividad internacional. Teóricamente, es importante destacar dos diferencias metodológicas entre el diamante de Porter y este nuevo modelo. Primero, el valor añadido sostenible en un país específico podría resultar tanto de las empresas en propiedad locales como extranjeras. Porter, sin embargo, no incorpora las actividades extranjeras en su modelo y hace una distinción entre el alcance geográfico de la competencia y el lugar geográfico de la ventaja competitiva (Porter y Armstrong, 1992). Segundo, la sostenibilidad podría requerir una configuración geográfica que se extendiera a muchos países, donde la

empresa específica y las ventajas de localización presentes en varias naciones podrían complementarse mutuamente. Porter (1986, 1990) argumenta que la mayor parte de la estrategia global efectiva consiste en concentrar tantas actividades como sea posible en un país y servir al mundo desde su base local. La empresa global de Porter es sólo un exportador y su metodología no tiene en cuenta las complejidades organizativas de las operaciones realmente globales realizadas por las empresas multinacionales (Moon, 1994).

3.5 MODELO DE LOS NUEVE FACTORES

El modelo de nueve factores fue desarrollado por Cho (1994) como otra extensión del modelo de Porter. En este modelo se hace una división entre factores humanos y factores físicos, y se incluye además el parámetro oportunidad no como algo exógeno al modelo sino interno al mismo. Con relación a los factores del modelo, la primera clasificación representa a los trabajadores, los políticos, los empresarios y los profesionales, y la segunda, a los recursos heredados, la demanda local, las industrias relacionadas y afines y otros entornos empresariales. Otra de las nuevas ideas que incorpora a la literatura este modelo es el hecho de que un importante elemento en la competitividad de una nación es la posición competitiva relativa entre países similares en una etapa determinada de desarrollo económico, y no entre todos los países del mundo.¹⁷

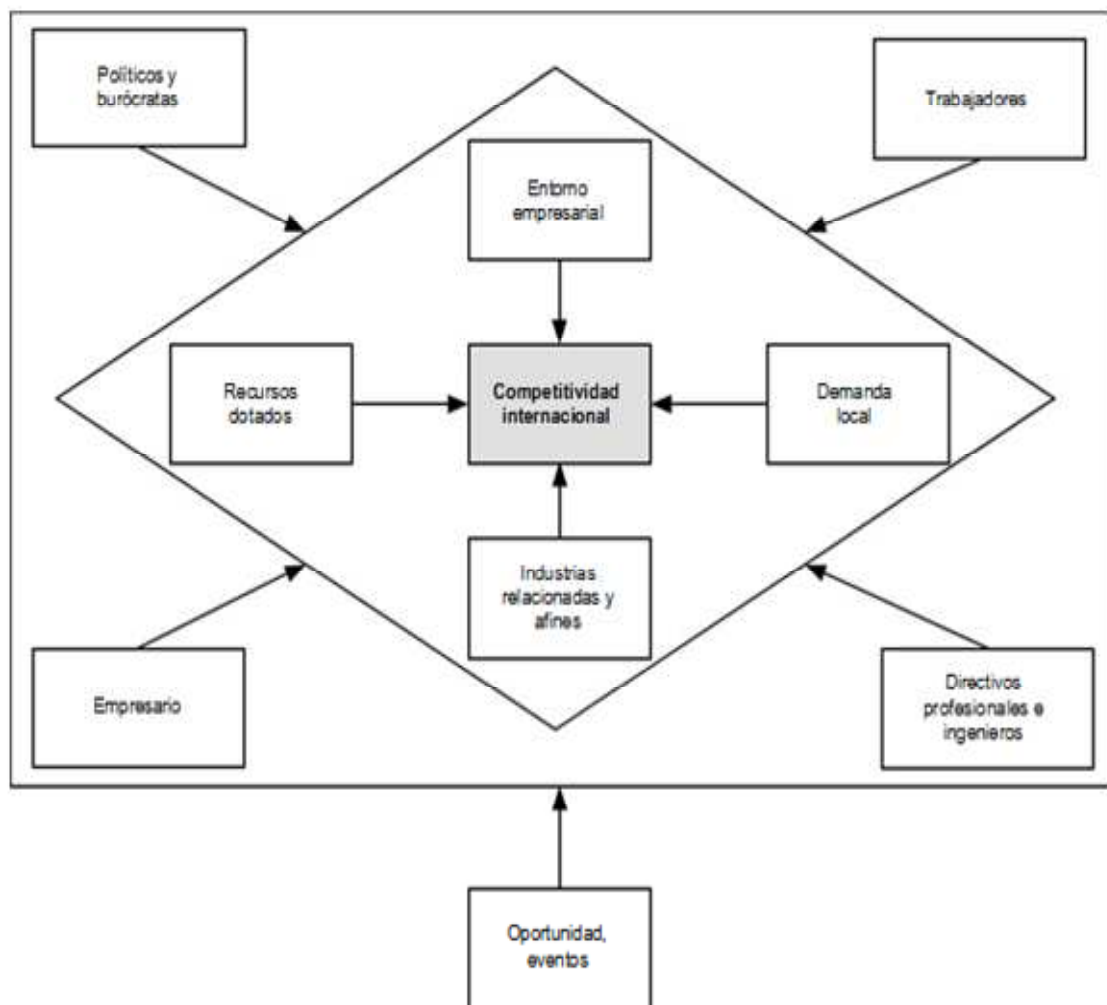
Este autor explica cómo el modelo de Porter de las fuentes de la competitividad internacional poseídas por las economías de naciones avanzadas tiene una aplicación limitada a las economías en países menos desarrollados o en desarrollo. A su vez Cho argumenta que la competitividad internacional de una industria nacional puede ser definida por tener una posición de mercado superior a través de grandes beneficios y un crecimiento constante cuando se compara con los competidores. Un país no puede ser competitivo en el ámbito internacional simplemente porque tiene una o dos industrias con éxito, sino que debe tener una multitud de industrias con una fuerte competitividad. Tampoco puede una nación ser considerada competitiva a escala internacional si sus industrias son fuertes debido a algunos factores externos. Consecuentemente, una nación es competitiva en el ámbito internacional cuando tiene muchas industrias con ventaja competitiva basada en fuentes de competitividad locales comunes.

La diferencia entre el nuevo modelo y el diamante de Porter se encuentra tanto en la división de factores como en la adición de otros nuevos. El diamante incluyó los recursos naturales y el trabajo en las condiciones de factores, pero el modelo de nueve factores engloba los recursos naturales dentro de los recursos heredados, mientras que el trabajo se inserta en la categoría de trabajadores. Además, en el modelo de Cho se pretende transmitir que la misión de los factores humanos debe fortalecerse.

¹⁷ Ibid., p.93

La figura muestra un análisis detallado de los nueve factores de la competitividad internacional. En ella se puede ver gráficamente el modelo de nueve factores en el que son cuatro los determinantes físicos de la competitividad internacional: nos referimos a la dotación de recursos, el entorno empresarial, las industrias relacionadas y afines y la demanda local; otros cuatro hacen referencia a los factores humanos: trabajadores, políticos, burócratas, empresarios y directivos profesionales; y el noveno factor corresponde a los eventos oportunos.

Figura 5. El modelo de los nueve factores



Fuente: CHO (1994:18)

La diferencia entre el modelo de los nueve factores de Cho y el diamante de Porter radica en el hecho que el diamante incluía los recursos naturales y el trabajo dentro del grupo de condiciones de factores, mientras que el modelo de nueve

factores integra los recursos naturales bajo el rótulo de los recursos dotados, y el trabajo bajo la categoría de trabajadores.

A veces, la dotación de recursos y los trabajadores disponibles son canalizados dentro de las empresas públicas, por lo que una nación tiene su primera oportunidad para fortalecer su competitividad internacional. Las empresas tienden a introducir una tecnología de producción desde países extranjeros y también dependen de los mercados extranjeros para la venta de los productos. Como resultado, la competitividad internacional de una nación va a estar considerada en gran parte, por los cambios en el entorno empresarial internacional, incluyendo el tipo de cambio y los precios de las materias primas.

Por otro lado, la competitividad internacional de una nación o región está también determinada por el nivel de desarrollo del país, desde una etapa de bajo desarrollo a una etapa de desarrollo medio y, finalmente, a una etapa de gran desarrollo. En la primera, los países tienen una dotación limitada de recursos y de empleados, y tienden a adolecer de una falta de directivos cualificados y de tecnología que les generen valor añadido. Son naciones que no pueden implementar políticas económicas estables debido a los cambios frecuentes de poder y a otras incertidumbres políticas. En la etapa de desarrollo, las naciones sienten que pueden avanzar económicamente y las ambiciones de crecimiento y construcción alientan a las empresas a movilizar a los políticos para llevar a cabo políticas industriales, y a aumentar el entorno empresarial a través de la creación de mercados financieros e infraestructuras sociales.

Según Cho, los nueve factores varían en importancia mientras se mueven de una etapa de desarrollo económico bajo a otra más desarrollada. En la primera, los empresarios empiezan a depender menos del Gobierno, a invertir a pesar de los riesgos asociados y a buscar economías de escala. Éstos se convierten en los recursos humanos que forman la fuente principal de competitividad internacional. El modelo empresarial es generalmente de competencia oligopolística y las empresas tienden a diversificarse en nuevas áreas, resultando nuevos desarrollos de industrias relacionadas y afines. Y en la etapa de gran desarrollo, las conexiones entre industrias relacionadas horizontal o verticalmente y las de apoyo se expanden. Los bienes y servicios producidos en esta etapa pasan a competir en términos de igualdad con los de países avanzados. La producción se hace más sofisticada y la calidad del producto o servicio mejora. El papel del empresario es menos importante, ya que los directivos profesionales e ingenieros desarrollan sus negocios y aumentan la eficiencia. Los sectores relacionados horizontal o verticalmente empiezan a ser competitivos en el ámbito internacional, y el control del Gobierno en cuanto a subvenciones, protección o distribución de fondos desaparece gradualmente. La presión por mejores salarios aumenta, al igual que la competencia por innovaciones en marketing y la calidad del producto y servicio. Y como los niveles de renta ascienden, los consumidores demandan productos de más calidad y servicio.

4. CONTEXTO COMPETITIVO DEL SECTOR CONFECCION

4.1 CONTEXTO COMPETITIVO DE COLOMBIA

La carrera por la competitividad es de largo aliento y Colombia se ha metido de forma oficial en esa carrera. Si bien desde hace alrededor de veinte años se vienen haciendo esfuerzos en materia de competitividad, solo desde hace unos cuantos se viene articulando un esfuerzo coherente para formular e implementar una política de competitividad, soportada en un marco institucional que involucre todos los actores relevantes, tanto públicos, privados, nacionales y multinacionales.¹⁸

De la misma manera, el país ha emprendido una agresiva política de integración buscando tratados de libre comercio, el fomento de la inversión externa, de doble tributación, etc. con el ánimo de ampliar sus mercados, asimilando el hecho de que la internacionalización es una oportunidad, ya que es en ese mundo globalizado donde se tiene acceso a conocimientos tecnológicos, recursos financieros y de capital, servicios e incluso apoyo político y social. Pero, también, esta inserción exige compromisos en los ámbitos económico, político, ambiental y social que propendan por el crecimiento de la competitividad nacional como por la adaptación de la economía al escenario internacional cambiante

En la última fase de este proceso de adecuación del país para el comercio internacional, se creó el SNC (Sistema Nacional de Competitividad), el cual por medio de una alianza público – privada, ha conformado una comisión nacional de competitividad y transformación productiva, con comités regionales de competitividad encargados de adoptar el plan de competitividad en una visión a largo plazo.

Se tiene entonces que Colombia es un país que se está transformando y penetrando exitosamente las corrientes internacionales de comercio y de flujos de capital. Los Tratados de Libre Comercio con varios países desarrollados y con el vecindario ya son una realidad. Lo que debe hacer ahora es consolidar y fortalecer esta tendencia positiva, aprovechar la coyuntura favorable del país y pasar del diagnóstico a una verdadera ejecución de la agenda de competitividad. Esta estrategia de competitividad se ha venido estudiando con juicio en el país, en los últimos años y prueba de ello son los documentos que se han producido alrededor del tema. Es el caso de la Agenda Interna, la Visión Colombia 2019, el Conpes 3678, los Informes de Competitividad del Consejo Privado de Competitividad, los capítulos pertinentes en el actual Plan de Desarrollo “Prosperidad para todos”, la agenda empresarial 2010-2014 del Consejo Gremial Nacional y los documentos y artículos que organismos privados han publicado sobre este tema. El sistema

¹⁸ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

nacional de competitividad y el Consejo Privado de Competitividad, han sido autores claves.

Este panorama nacional ha permitido que Colombia fuera recientemente incluida en un grupo llamado los Civets (conformado, además de nuestro país, por Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Suráfrica), como las economías llamadas a sobresalir a nivel mundial durante la próxima década.¹⁹

Sin embargo los retos de competitividad que se imponen a la economía Colombiana van desde el desarrollo de capital humano más competente, normas e infraestructura de la industria y del país en general. En la actualidad los principales logros y avances del programa de transformación productiva en el sector han sido el levantamiento del inventario oferta educativa en Colombia para el sector, acercamiento entre los empresarios y la academia, divulgación del reglamento técnico de etiquetado y normas técnicas en foros realizados en el marco del convenio Ministerio de Comercio – ICONTEC, desarrollo de mesas de trabajo sectorial con los Bancos de primer piso para discutir avances y perspectivas de cada segmento – fortalecimiento en acceso al crédito con Bancoldex, articulación para la puesta en marcha del Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico Textil Confección de Colombia- CINTEX, que atenderá las necesidades de investigación aplicada, innovación y desarrollo de productos, proyecto de cooperación interinstitucional que busca canalizar de forma más eficiente las necesidades de investigación y desarrollo de nuevos materiales y aplicaciones en el sector, Estudios de muestras y coordinación de la cadena productiva de la mano de Proexport, nuevos trabajos en bloque de la cadena textil-confección: Cadena de algodón e Industria: Mejores prácticas para el entendimiento y la comunicación de los eslabones, oportunidad y más competitividad en la absorción de cosecha nacional, consolidación de mesas de trabajo sectorial y transversal para fortalecer la estructura de Transformación Productiva en las distintas regiones del país.

El programa de transformación productiva en su visión Colombia 2032, planteó tres pilares de transformación productiva:

- Desarrollo de sectores de clase mundial.
- Salto en la productividad y el empleo.
- Formalización laboral y empresarial.

En la actualidad el desarrollo de sectores de clase mundial mediante la formulación y ejecución de planes de negocios sectoriales en alianza Público-Privada, buscando crecimiento económico y generación de más y mejores empleos, busca impulsar el desarrollo de sectores nuevos y emergentes, estimulando la producción de más y mejor de lo bueno en los sectores ya

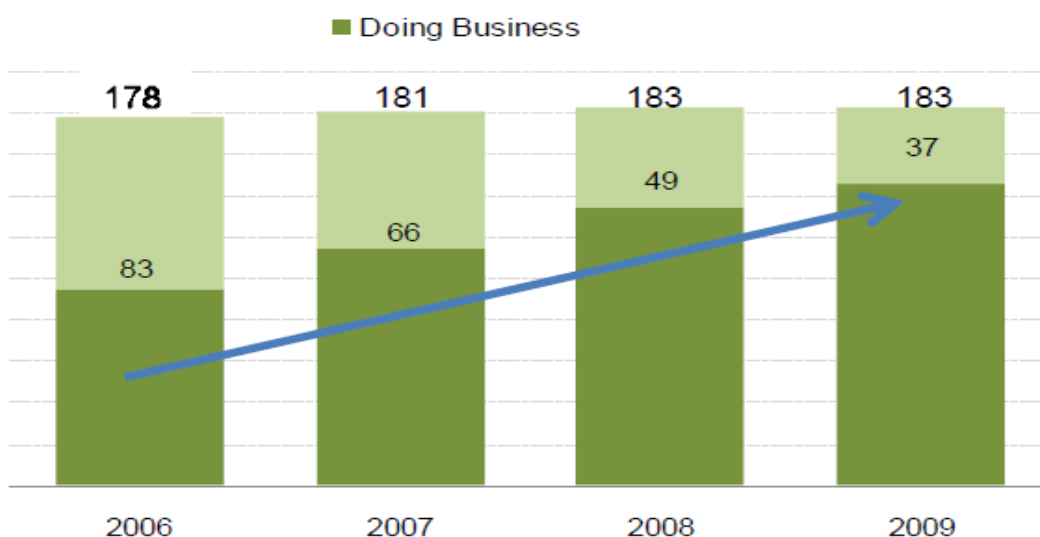
¹⁹ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

establecidos y promoviendo valor agregado, innovación y desarrollo en el sector del agro.

Durante 2009 y 2010, 12 sectores formularon e iniciaron la ejecución de sus planes de negocios sectoriales, entre ellos el del sector textil, confección, diseño y moda, el cual contiene el análisis del tamaño del mercado actual y potencial a nivel global, la identificación de los principales jugadores mundiales en ese sector, la relación de las mejores prácticas a nivel mundial y la descripción de las tendencias globales en cuanto a consumo, crecimiento, oferta, demanda, competencia, nichos y oportunidades. De la misma manera a nivel local, la descripción del estado actual del sector, la posición competitiva de Colombia frente a otros países, y la identificación de las brechas más importantes ante competidores y mejores prácticas. Todo lo anterior buscando la elaboración de planes de acción para la obtención de las aspiraciones a largo plazo y la generación de la estrategia sectorial.

Aunque el camino por recorrer es largo y apenas está en desarrollo, ya se han evidenciado algunas victorias tempranas como la obtención de un mejor ambiente de negocios que lo ha llevado a mejorar su posición frente al estudio del Banco Mundial Doing Business realizado sobre una base de 183 países, donde los factores más destacados son la protección a inversionistas y la facilidad para concretar negocios, ocupando los puestos 5 y 29, respectivamente. Sin embargo, aunque las anteriores cifras muestran la buena posición relativa del país en materia de competitividad, también son signo del largo camino que queda por recorrer.

Gráfico 1. Indicadores de competitividad; Doing Business Global



Fuente: Banco Mundial, IFC

Al igual que la condición país, en el plano regional también se está girando positivamente. En la semana del 11 al 17 de Septiembre del año 2010, el prestigioso diario The Economist resaltó la reducción de la pobreza y la ampliación de la clase media en Latinoamérica, debido al crecimiento económico. Reconoció la importancia de las empresas multilatinas, recomendando a Estados Unidos trabajar más de cerca con la región por su creciente peso político a nivel mundial y recuerda en sus apartes, que la comunidad latina ya es la segunda más grande.

Esta situación de mejora también es resaltada por el Foro Económico Mundial (WEF), por sus siglas en inglés, en sus mediciones de indicadores de competitividad, muestra que todavía hay espacio para mejorar, no obstante el gran avance que ha venido mostrando Colombia en las mismas, donde hoy día supera al 51% de los países integrantes de la muestra para el año 2010.

Por su parte el World Economic Forum realiza el informe anual de competitividad de países y genera el Índice Global de Competitividad (GCI). Engloba los fundamentos micro y macroeconómicos de la competitividad de los países. El GCI mide el nivel de prosperidad por nivel de ingreso de los habitantes. A mayor nivel de productividad mejoran los índices de retorno en las inversiones y una economía más competitiva tiene mejores posibilidades de crecimiento en el mediano y largo plazo.²⁰

El análisis del GCI se basa en 12 pilares los cuales tienen dos características: son indicadores de largo plazo que no se modifican de la noche a la mañana y son principios ordenadores y abarcativos. Indican el compromiso con el orden y funcionamiento de las instituciones. Las comparaciones permiten estudiar los caminos que siguen nuestros vecinos para mejorar el nivel y calidad de vida de su población.

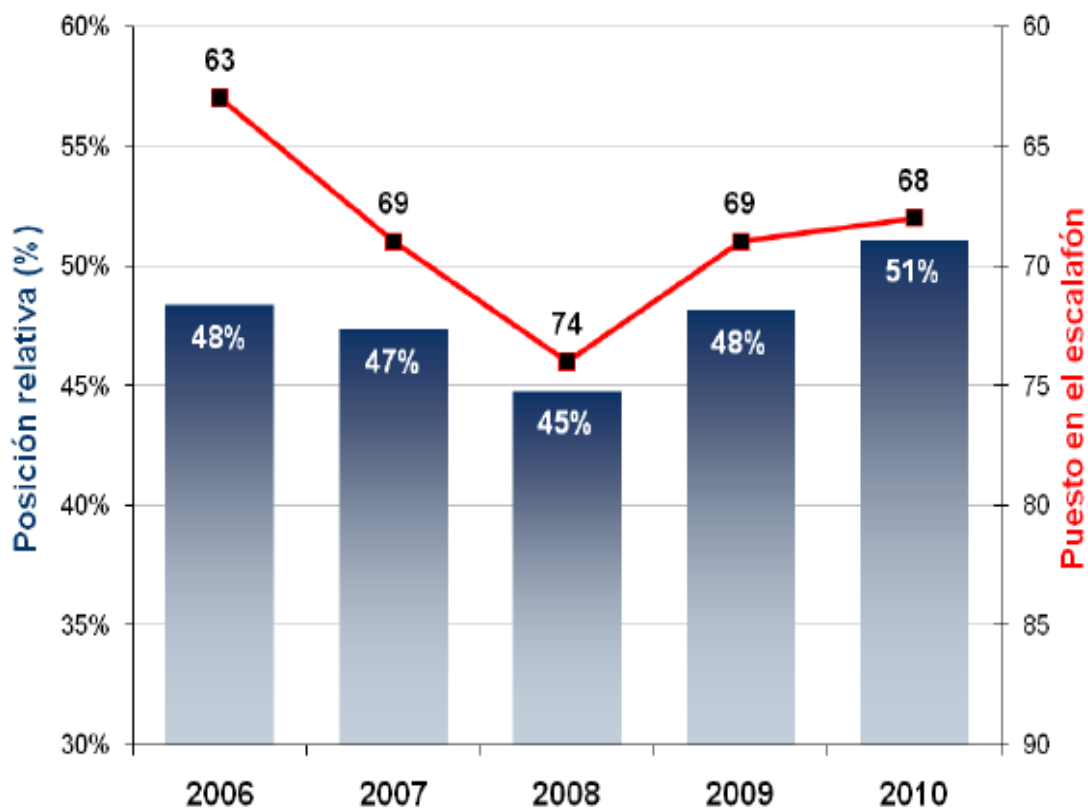
Los 12 pilares de la competitividad son: (requerimientos básicos) instituciones, infraestructura y estabilidad macroeconómica; (mejoradores de eficiencia) salud y educación primaria, educación superior y entrenamiento, eficiencia de los mercados de bienes, eficiencia de los mercados laborales, sofisticación de los mercados financieros, madurez tecnológica, tamaño de los mercados; (factores de innovación) sofisticación del entorno de negocios, innovación.

El profesor Klaus Schwab, de la FEM dice que la competitividad de los países contribuye a los factores que determinan el crecimiento, ayudan a explicar por qué las economías de algunos países son más exitosas que otros en aumentar los niveles de sus ingresos y amplía las oportunidades para sus poblaciones. Además, los líderes de países tienen importantes herramientas en la formulación de

²⁰ Factores que desencadenan la competitividad de un país por Ignacio Sánchez Chiappe; Director del Instituto de Estudios para la Excelencia Competitiva (IEEC)

políticas económicas y reformas institucionales y ofrece a empresarios las pistas necesarias para tomar sus decisiones estratégicas y de inversión.

Gráfico 2. Evolución de la posición de Colombia en los Indicadores de competitividad



Fuente: Foro Económico Mundial

***La posición relativa indica el porcentaje de países en una posición inferior a la de Colombia**

En materia de competitividad, el país ha mostrado un gran avance en la última década ocupando el lugar 68 en una muestra de 139 países, donde cabe resaltar que fue uno de los pocos países que, posterior a la reciente crisis financiera, logró mejorar su situación.

Cuadro 2. Indicadores de competitividad; reporte global de competitividad 2010-2011 puesto entre 139 Países

INDICADOR	CHILE	MÉXICO	COLOMBIA	PERÚ
Indicador General	30	66	68	73
Requisitos Básicos	37	66	78	87
Instituciones	28	106	103	96
Infraestructura	40	75	79	88
Entorno macroeconómico	26	27	50	75
Salud y Educación primaria	41	70	79	92
Potenciadores de Eficiencia	35	61	60	56
Educación superior y Capacitación	45	79	69	76
Eficiencia del mercado de bienes	28	96	103	69
Eficiencia del mercado laboral	44	120	69	56
Desarrollo del mercado financiero	41	96	79	42
Preparación tecnológica	45	71	63	74
Tamaño del mercado	46	12	32	48
Factores de innovación y sofisticación	44	69	61	89
Sofisticación de los negocios	43	67	61	71
Innovación	43	78	65	110

Fuente: Foro Económico Mundial

Ya existe una estrategia de competitividad formulada, entonces para aprovecharla de manera efectiva en el desarrollo de los tratados de libre comercio ya firmados y los que están próximos a entrar en vigencia con algunos países desarrollados y países vecinos, es necesario trabajar en algunos aspectos puntuales de la agenda de competitividad, que desde la perspectiva empresarial, afectan de manera más inmediata el desarrollo de la actividad productiva. Este énfasis se fundamenta en la idea de que el desarrollo económico en la actualidad depende principalmente de lo que haga el sector privado.

A continuación se reseñan algunos aspectos importantes que inciden directamente en el nivel de competitividad

4.1.1 Formalización y mercado laboral. La informalidad empresarial, entendida como el conjunto de actividades económicas que siendo lícitas se desarrollan en incumplimiento de la ley comercial, laboral y tributaria, es una de las problemáticas que más afectan la productividad, el desarrollo del sector privado y la disminución de la pobreza en Colombia; por consiguiente, es considerado uno de los principales obstáculos para el crecimiento económico del país.

La informalidad impacta la competitividad y productividad del país a través de diversos canales. En primer lugar, los negocios informales se ven en la necesidad

de limitar su crecimiento, grado de innovación y generación de empleo de calidad para mantenerse en una situación de imperceptibilidad frente a las autoridades encargadas de hacer cumplir la Ley, disminuyéndose así la productividad total de la economía nacional. En segundo lugar, la informalidad empresarial se traduce en una competencia desleal para las empresas formales, la cual es generada por la evasión de obligaciones tributarias, laborales y regulatorias; dicha situación permite a las informales establecer niveles de precio a los cuales las formales no pueden competir y, en consecuencia, las desincentiva a crecer, invertir e innovar. En tercer lugar, la informalidad empresarial reduce el recaudo fiscal por parte del Estado e impulsa el alza de tarifas impositivas para los formales. Por último, la informalidad produce desprotección en materia de salud y pensiones para gran parte de la población nacional, lo que conduce a elevar la carga del Sistema Subsidiado de Salud. Esto a su vez genera problemas de índole fiscal y de estabilidad macroeconómica, en la medida en que mientras sean pocos los que tengan que pagar por el total de la cobertura, ningún esquema de seguridad social será viable en el plano financiero.

De esta manera, la informalidad se convierte en un freno para la inversión productiva en el país, así como para la modernización de los sectores que más generan empleo, tales como el comercio, los servicios y la construcción.

4.1.2 Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel). Crecer para mejorar de forma rápida y sostenida la calidad de vida de los colombianos requiere de una estrategia de desarrollo fundamentada en un proceso permanente de transformación productiva que necesita, de manera ineludible, la creación de nuevas y mejores capacidades de innovación en el país.

Innovar no solo significa desarrollar nuevos productos o transformar los existentes, incluye también la creación de nuevos procesos, sistemas y servicios que permitan la explotación exitosa de nuevas ideas. Es pasar de la producción y diseminación de conocimiento científico al desarrollo de aplicaciones concretas que redunden en beneficios socioeconómicos, fruto de la actividad intelectual.

Este esfuerzo se traduce en un mejoramiento de la calidad de productos y servicios, agregación de valor, diferenciación en los mercados, reducción de costos, incremento de la productividad y generación de empleo de calidad con alta remuneración a través de una mayor demanda de recurso humano capacitado. En consecuencia, la innovación se constituye en el motor del desarrollo económico y la competitividad, puesto que es la única estrategia que permite un crecimiento sostenible en el tiempo, capaz de adaptarse y enfrentar los retos que impone un escenario global en constante cambio.

En general, la existencia y calidad de las actividades innovadoras de un país depende de dos cosas: primero, de un marco regulatorio apropiado, en términos de un sistema de propiedad intelectual eficiente y de uso masivo, así como de una

política nacional de CTel que defina prioridades y articule esfuerzos alrededor de estas actividades; segundo, de la existencia de un conjunto de capacidades que permitan ejecutar satisfactoriamente los lineamientos establecidos. En este sentido, es importante aclarar que es rol del Estado encargarse de lo primero, de forma tal que se garantice un ambiente apropiado para las actividades de CTel y se facilite así que el sector privado adquiera las capacidades necesarias para innovar.

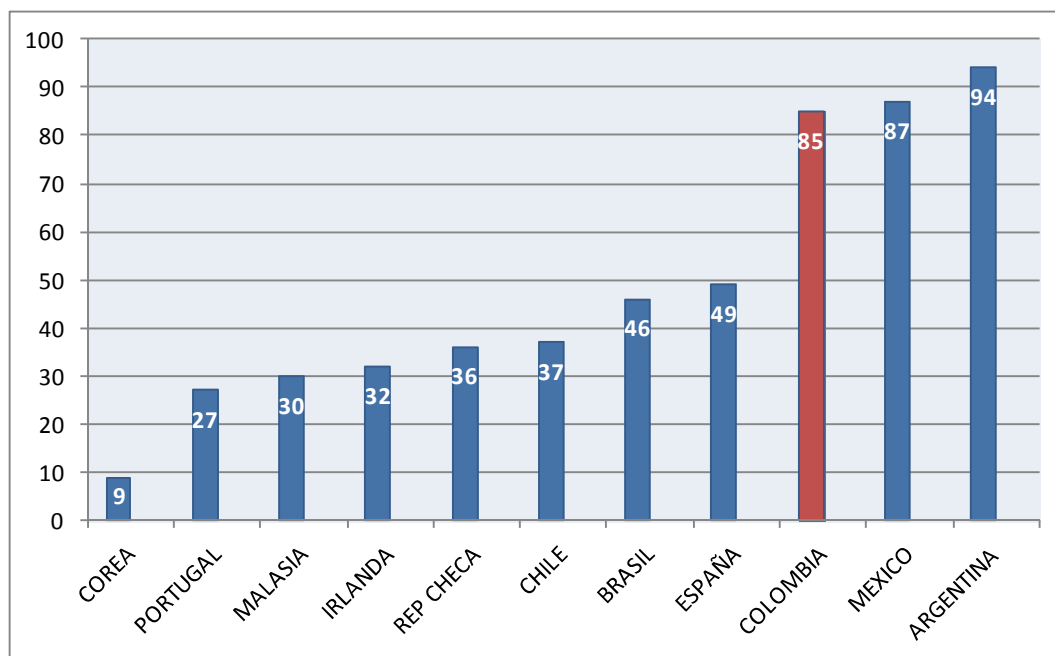
Dentro de estas capacidades se encuentran: (1) las tecnológicas, asociadas a empresas, equipos y al conocimiento que posee el capital humano; (2) las de absorción y adaptación, relacionadas con el uso del conocimiento existente y la rápida incorporación de los nuevos desarrollos, así como con la atracción y retención de personal calificado; (3) las de articulación, que permiten la conexión de oferta y demanda de conocimiento, garantizando la pertinencia de los esfuerzos de investigación; (4) las financieras, que aseguran la adecuada disponibilidad de recursos para la puesta en marcha de las iniciativas.

Bajo esta óptica, la situación colombiana actual es poco alentadora, dentro del contexto internacional, existe un importante retraso en el proceso de desarrollo y acumulación de las capacidades necesarias para innovar.

En general, las capacidades tecnológicas son pobres debido a la escasez de personal calificado, en términos de graduados en ciencias básicas (solo equivalen al 1,6% del total de graduados de educación superior entre 2001 y 2009) y en personal dedicado a la investigación y al desarrollo (solo hay 0,23 investigadores por cada mil habitantes, cifra que contrasta con los niveles de países como Argentina, Brasil, Irlanda y República Checa, que cuentan con 6, 8, 18 y 21 veces, más investigadores que Colombia, respectivamente).

A la falta de personal se le suma la poca capacidad de absorción tecnológica, situación grave en países que, como el nuestro, tienen pocas facultades para la creación primaria de conocimiento y un vasto campo para adaptar y beneficiarse de tecnologías desarrolladas en el exterior. Esta deficiencia se refleja de manera cuantitativa en el pago de regalías y licencias, rubro en el que el país gasta dos veces menos que Venezuela, cinco veces menos que Argentina y más de mil veces menos que Irlanda. En este sentido, el Gráfico 3 muestra el desempeño de los países de acuerdo a la capacidad de sus firmas para absorber nueva tecnología, como lo refleja la encuesta anual del Foro Económico Mundial. La debilidad del país es manifiesta. A pesar de haber escalado diez puestos durante el último año, aún nos encontramos en las últimas posiciones dentro de los países de referencia y a una considerable distancia de los países latinoamericanos mejor posicionados (Brasil y Chile).

Gráfico 3. Nivel de absorción tecnológica en las firmas 2010, puesto en 139 países

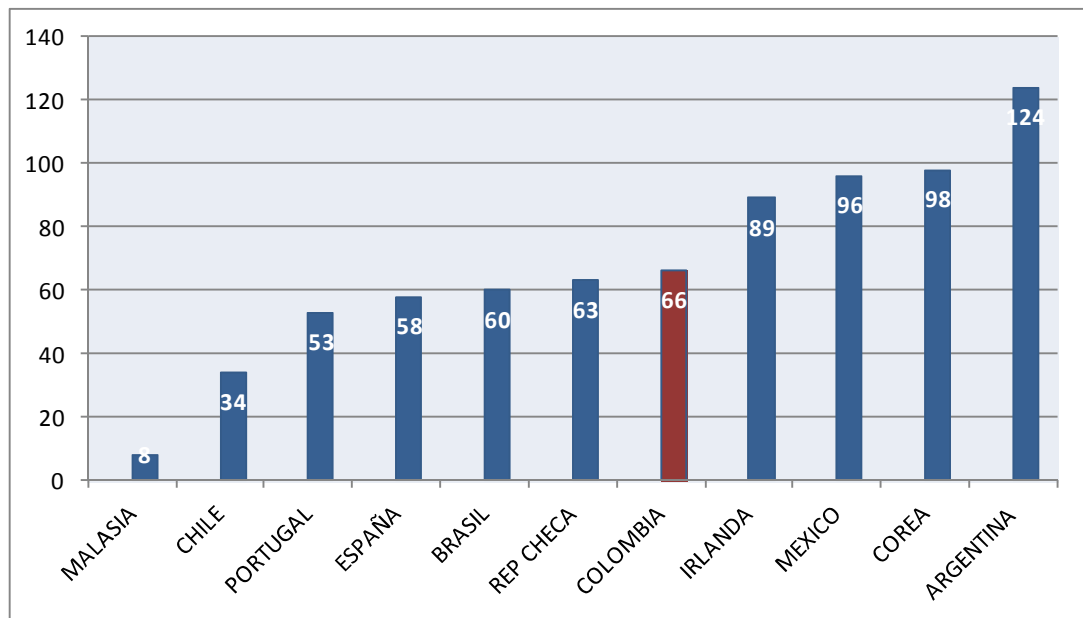


Fuente: FEM, Indicador global de competitividad 2010-2011

De igual forma, existen importantes falencias en las capacidades financieras. Una de las más importantes es el bajo gasto en investigación y desarrollo (a pesar del incremento del presupuesto de Colciencias), de tan solo 0,15% del PIB, resultado de la pobre inversión tanto del sector público como del sector privado²¹. En este indicador, de acuerdo al IMD, el país se ubica en el puesto 52 entre 56. Por otro lado, también hay problemas de disponibilidad de recursos para financiar iniciativas productivas inherentemente riesgosas como son aquellas intensivas en CTel, como se presenta en el Gráfico 4, donde el país, se encuentra en la mitad de la muestra, en una posición aún distante de países como Chile y Portugal.

²¹ En la mayoría de países con altos niveles de inversión en CTel, cercanos al 3% del PIB, más de la mitad del rubro total proviene del sector privado (por ejemplo Corea del Sur e Irlanda).

Gráfico 4. Disponibilidad de capital de riesgo, 2010, puesto en 139 países²²



Fuente: FEM, Indicador global de competitividad 2010-2011

A estos problemas se agregan la incapacidad por parte de los emprendedores y empresarios para identificar y estructurar proyectos de innovación efectivos, junto al desconocimiento de los requerimientos mínimos para el diseño y presentación de propuestas de investigación y desarrollo susceptibles de financiamiento; así como la dificultad que presenta el acceso a los incentivos monetarios otorgados por Colciencias, fruto de una falta de eficiencia debido a la complejidad de los procesos y los requerimientos.

Finalmente, es importante mencionar que más allá de la carencia de capacidades, existen aún problemas de tipo institucional y regulatorio, en la medida en que todavía se presentan considerables obstáculos para el uso y aprovechamiento del sistema de propiedad intelectual y se necesita una mayor articulación de esfuerzos, políticas y prioridades entre el Sistema Nacional de Competitividad y el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, en la medida en que, a pesar de que la CTel debe ser un componente central de la política de competitividad, aún no existe una agenda de trabajo conjunta entre los dos sistemas. Tampoco existen consensos que aten las áreas definidas como estratégicas para el conocimiento y los sectores productivos que se han definido como las apuestas de largo plazo a nivel nacional y departamental.

²² El puesto se determina por la calificación asignada a la siguiente afirmación: Empresarios con proyectos innovadores pero riesgosos, generalmente pueden encontrar capital de riesgo en su país (1=falso, 7=verdadero).

Todas las deficiencias mencionadas se manifiestan en una muy baja producción intelectual, medida en variables como el número de publicaciones²³, de patentes y los ingresos percibidos por pagos de regalías y licencias; indicadores que ubican al país por debajo de casi todos los países de referencia y reflejan la realidad de nuestro aparato científico, el cual publica casi cuatro veces menos que Argentina, 16 veces menos que Portugal y 32 veces menos que Irlanda. De hecho, la combinación de estos elementos se refleja al final en la producción de bienes tangibles, particularmente en la poca sofisticación de la canasta exportadora, donde solo el 3,8% corresponde a rubros de alta tecnología.

El desafío que tiene el país en materia de conocimiento y tecnología es evidente y, por lo tanto, la necesidad de poner el tema de la innovación productiva como estrategia central del crecimiento económico del país es cada vez más apremiante²⁴.

4.1.3 Infraestructura, transporte y logística. La infraestructura, el transporte y la logística son factores determinantes del desarrollo económico de un país y no solo causas del mismo. Para Colombia, este fenómeno es especialmente relevante, debido al proceso de internacionalización que está adelantando el país y a la meta de alcanzar una transformación productiva profunda basada en bienes y servicios de alto valor agregado, enfocados hacia los mercados internacionales.

Por lo tanto, para alcanzar una transformación productiva, es necesario promover el desarrollo de clústers de alto valor agregado y eliminar los grandes cuellos de botella que limitan la competitividad.

Uno de estos grandes cuellos de botella en el caso colombiano es la ausencia de desarrollo de la infraestructura, la logística y el transporte, lo cual perjudica de manera transversal a todo el aparato productivo.

Esto es explicado en gran medida por la carencia de un marco de planificación de largo plazo que permita priorizar la construcción de las obras críticas para la competitividad, en especial las que más dinamizan los flujos de comercio exterior y que fortalecen la integración del mercado doméstico.

El desarrollo de la infraestructura de transporte en Colombia es incipiente, sobre todo en su componente vial, que representa más del 80% de las toneladas de carga movilizadas al año. Esta falencia perjudica la competitividad de las empresas del país al incrementar sus costos, en particular las del sector transable.

²³ Es importante resaltar que aunque el total de publicaciones del país sigue siendo muy bajo, este indicador ha presentado un importante crecimiento en los últimos años. Los documentos de autores vinculados a Colombia indexados en el SCI Expanded pasaron de alrededor de 800 en 2004 a más de 2.000 en 2009.

²⁴ IV Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

El rezago de Colombia en infraestructura vial es tal, que en algunos indicadores como el tamaño de la red vial arterial pavimentada por habitante, Colombia se encuentra incluso por debajo de países de ingresos más bajos como Bolivia o Ecuador. Adicional a esto, al analizar la red de carreteras de alta calidad en el mundo, es decir dobles calzadas o autopistas, se encuentra que en Colombia, si bien se han logrado algunos avances de ejecución en los últimos años se pasó, entre 2006 y 2009, de 440 km de dobles calzadas a 896 km, todavía existe un atraso importante en materia de vías para la competitividad. A modo de ilustración, en Chile un país con extensión y población inferiores a Colombia existen más de 2,400 km de carreteras con doble calzada, frente a poco menos de 900 km en Colombia.

Ahora bien, en materia de infraestructura de transporte no todo son carreteras y no todo se mide en términos de cantidades. Es necesario también, por un lado, construir o adecuar infraestructura a modos de transporte diferentes al carretero y, por el otro, abogar por el buen servicio y mantenimiento de la infraestructura. En estos dos frentes, Colombia igualmente muestra algunos rezagos importantes. Esto se evidencia en los resultados en las preguntas de la encuesta de percepción del Foro Económico Mundial sobre la calidad de las carreteras, las vías férreas, la infraestructura portuaria y la infraestructura de transporte aéreo, en los cuales Colombia se ubica, respectivamente, en las posiciones 101, 99, 107 y 81, entre 133 países.

Según las mediciones del Ministerio de Transporte, en 2008 el estado de la red vial pavimentada se encontraba en un 1% en estado muy malo, 19% en estado malo y 31% en estado regular, lo cual deja solo un 49% de la red vial en un estado apto desde un punto de vista de competitividad logística.

De igual forma, de los casi 3,500 kilómetros de red férrea, existen más de 1,300 km inactivos por condiciones de deterioro crítico o por inviabilidad económica de éstos.

En la actualidad, es necesario percibir el transporte de mercancías como un flujo constante que inicia en el momento en que sale la carga de su lugar de origen y termina en el momento en que ésta llega al consumidor final. Si bien es fundamental cerrar las brechas del país en infraestructura de transporte, esto no será suficiente si no se eliminan también los cuellos de botella que existen en algunos eslabones de la cadena logística.

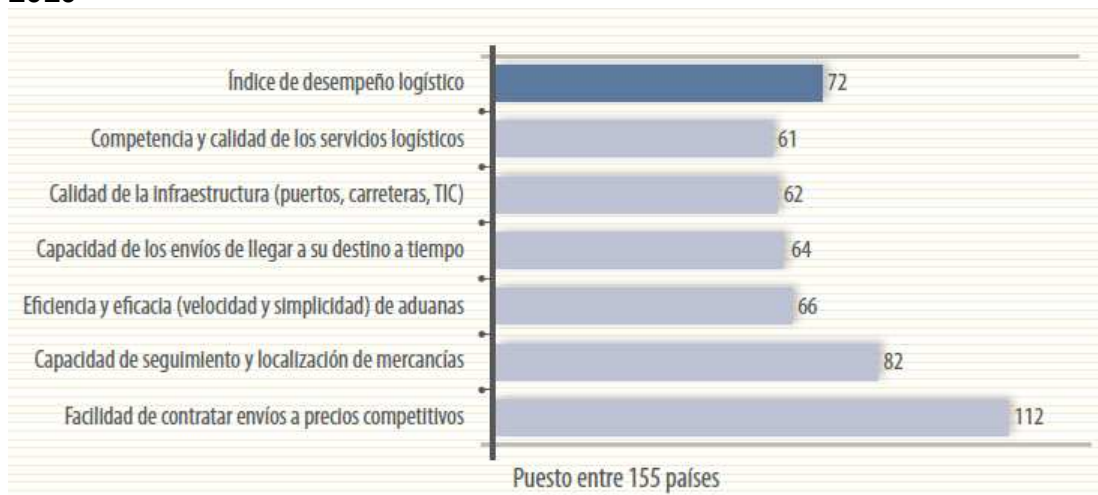
Por lo anterior, y quizás incluso más urgente que la construcción de obras de infraestructura de transporte, es el poder contar con aduanas eficientes, en cuanto a simplificación y rapidez en trámites, mecanismos adecuados de control portuario, modernización de grúas de carga y descarga, etc.; de igual manera disponer de empresas de transporte que administren flota, organicen la operación de los embarques y generen una logística competitiva, evidenciándose en el seguimiento electrónico de contenedores, uso de tecnologías de información,

equipos modernos, etc.; asimismo, es importante contar con nodos de transferencia multimodal estratégicos y efectivos; por último, es crítico tener un marco regulatorio simple que promueva la competitividad.

En cuanto al marco regulatorio, cabe hacer referencia sobre la carencia de competitividad que induce la existencia de la tabla de fletes, que introduce una gran distorsión al mercado al definir por ley el precio que las empresas de transporte y logística deben cobrar. La tabla de fletes se desarrolló hace más de diez años bajo circunstancias muy diferentes a las actuales y, como tal, constituye una regulación obsoleta que no es consistente con la diversidad de modalidades de prestación de servicio de transporte posible y que reduce los incentivos de las empresas transportadoras de mejorar su productividad y la calidad de su servicio. Es injustificable que muchas empresas en Colombia, cuyo negocio no es el de transporte de carga, se vean obligadas a instaurar sus flotillas de camiones, ya que esto les genera mejores resultados que subcontratar este servicio con las empresas del sector transporte.

Vale la pena mencionar que en los últimos años, el Gobierno nacional, mediante la Política Nacional Logística y la simplificación de trámites en las aduanas, ha promovido mejoras de eficiencia en algunos eslabones de la cadena logística, que han redundado en un avance de diez puestos entre 2007 y 2010 en el Índice de Desempeño Logístico publicado por el Banco Mundial. No obstante, todavía existen importantes cuellos de botella en la cadena que limitan el crecimiento de la productividad del aparato productivo y que se continúan reflejando en el pobre resultado del país en este índice publicado por el Banco Mundial en 2010 (ver Gráfico 5). Al analizar los resultados del Índice se evidencian las fricciones que existen en el país entre transportadores y usuarios, y la falta de incentivos de los transportadores por ser más competitivos y prestar un servicio de mayor calidad.

Gráfico 5. Colombia en el índice de desempeño logístico y sus componentes, 2010



Fuente: Banco Mundial

Contar con una infraestructura de transporte moderna, que se complemente con adecuados servicios logísticos y un sistema regulatorio y de trámites eficiente, no será suficiente si el país no cuenta con un sector de transporte moderno y competitivo que ofrezca servicios de alta calidad.

Esto es particularmente relevante para Colombia en el caso del transporte carretero, no solo porque transporta el grueso de la carga del país, sino también porque es un sector poco sujeto a la competencia de empresas internacionales. El reto es aún mayor si se tiene en cuenta que el transporte de carga por carretera pasó de 84 millones de toneladas en 2002 a 165 millones de toneladas en 2008, y adicional a esto se espera que este crecimiento se mantenga en los próximos años con el mayor dinamismo económico que se proyecta para el país.

El sector de transporte de carga en Colombia se caracteriza por ser altamente informal y por contar con una estructura en la que prima la multipropiedad del parque. La propiedad del parque automotor colombiano corresponde alrededor de un 75% a personas naturales, 17% a empresas generadoras de carga, 3% a empresas de transporte y 4% se encuentran bajo la modalidad de leasing. En esta misma línea, más del 80% de las empresas propietarias de vehículos tienen un solo camión y 15% tienen entre dos y tres camiones.

Asimismo, la edad promedio de los camiones en Colombia es cercana a los 25 años, en su mayoría corresponden a camiones de dos ejes y muy pocos cuentan con especificaciones para transportar carga especializada.²⁵

²⁵ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

4.1.4 Tecnologías de la información y las comunicaciones. Hoy en día pensar en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) se ha vuelto una acción ineludible y casi instintiva en todos los ámbitos de la sociedad. Por eso, no es exagerado afirmar que por su naturaleza transversal y dinámica, las TIC han generado una revolución en la cultura social, económica, política y empresarial, que ha contribuido de forma permanente al crecimiento económico, y aumentando la transparencia, entre otros), a los procesos de organización y desarrollo productivo y a la equidad de las naciones (facilitando la inclusión social).

Tanto la magnitud del impacto económico que las TIC puedan generar como los efectos de sus aplicaciones dependen de la capacidad, eficiencia y efectividad en el uso, adopción y oferta de bienes y servicios complementarios y el desarrollo de iniciativas tecnológicas que genere el país en áreas como educación, investigación e innovación, justicia y desarrollo empresarial, entre otros.

Entre el 2008 y el 2009, la inversión social en TIC se elevó alrededor de 67%, pasando de 398 mil millones a 663 mil millones de pesos. En el 2010 se cuenta con un presupuesto de 675 mil millones, que están siendo utilizados para programas de ampliación de conectividad a toda la población, consolidación y modernización institucional, desarrollo de competitividad en la industria de TIC y definición de una política para la radio y la televisión pública.

A continuación presentaremos los resultados de Colombia frente a países de referencia en los tres índices internacionales: el Networked Readiness Index —NRI— (Foro Económico Mundial)²⁶, el Índice de Desarrollo de TIC —IDI— (UIT)²⁷, y el Ranking de Economía Digital —antes e-Readiness Index— (The Economist Intelligence Unit)²⁸. Bajo estos lineamientos, el primer aspecto a resaltar es que Colombia lleva dos años consecutivos como el único país de la región que asciende en los tres índices.

Esta tendencia sostenida de compromiso con las TIC ha hecho que continuemos disminuyendo las brechas frente a Chile, país que sigue siendo pionero en América Latina, a pesar de su descenso consecutivo en dos de los índices. Sin embargo, aunque vamos por un camino de constante mejora aún estamos lejos de los países desarrollados de referencia (ver Cuadro 3).

²⁶ El NRI busca medir el grado de preparación de un país para aprovechar los beneficios de las TIC en todos los ámbitos de la sociedad. El cálculo computa tres subíndices: ambiente, preparación y uso.

²⁷ El IDI busca capturar el desarrollo de la sociedad de la información a medida que evoluciona por sus diferentes etapas, tomando en consideración la convergencia tecnológica y el surgimiento de nuevas tecnologías. Es así como, a través del tiempo, va adaptando los indicadores de los subíndices para que reflejen la evolución de las TIC

²⁸ El ranking de Economía Digital (Digital Economy Ranking), llamado antes e-Readiness Index, fue renombrado con el fin de reflejar la creciente influencia de las TIC sobre el desarrollo económico y social. Esta clasificación analiza la calidad de la infraestructura de TIC y la habilidad de los consumidores, empresas y gobiernos a la hora de hacer uso de sus beneficios.

En términos absolutos, Colombia ascendió 4 puestos en el NRI y 6 puestos en el IDI, situación que es propiciada, principalmente, por los factores de uso de las TIC por parte del gobierno y por el nivel de preparación de los sectores público y privado.

Por su parte, en términos relativos, vale la pena destacar que, si bien en el ranking de Economía Digital Colombia subió solo dos puestos, fue el único que mejoró su posición respecto al resto de países de América Latina. Al desagregar este último indicador, se encuentra que la fortaleza de nuestro país radica principalmente en factores de infraestructura tecnológica, como la penetración de telefonía celular y usuarios de internet, mientras que la apropiación²⁹ de dichas tecnologías por parte de los consumidores y empresas es una de las mayores debilidades respecto al resto de países de la región.

Cuadro 3. Puesto en los índices internacionales de TIC

Fuente	FEM	ITU	EIU
Índice	NRI 2009 - 2010	IDI 2008	Digital Economy 2010
País / # de países	133 países	159 países	70 países
Colombia	60 ▲	63 ▲	50 ▲
Países de referencia (A.L.)			
Argentina	91 ▼	49 ▼	46 ▼
Brasil	61 ▼	60 ▲	42 ►
Chile	40 ▼	54 ▼	30 ►
México	78 ▼	77 ▼	41 ▼
Perú	92 ▼	75 ▼	53 ►
Venezuela	112 ▼	61 ▲	55 ►
Países de referencia (no A.L.)			
Corea	15 ▼	3 ▼	13 ▲
España	34 ►	25 ▲	24 ▲
Irlanda	24 ▼	20 ►	17 ▲
Portugal	33 ▼	32 ▼	28 ►
Rep. Checa	36 ▼	37 ▲	31 ►

Fuente: Foro Económico Mundial (FEM). The Global Information Technology Report 2009–2010.

***Las cifras en rojo corresponden a puestos más bajos que Colombia y las cifras en verde corresponden a puestos más altos que Colombia. Las flechas en verde señalan a los países que mejoraron su posición en el ranking respecto al periodo anterior; las flechas en rojo corresponden a países que cayeron en el ranking, y las flechas en negro es para aquellos países que permanecieron igual.**

²⁹El componente de apropiación mide el gasto de las empresas y consumidores para acceder a servicios de TIC, la cantidad y rango de herramientas de internet que usan las personas, su actividad de compra en línea y el nivel en que empresas e individuos usan los servicios públicos virtuales disponibles.

Para entender en mayor detalle la situación de Colombia y maximizar los beneficios que presentan las TIC en el presente y el futuro de nuestra sociedad, es necesario desglosar el panorama de algunos indicadores. Según la UIT³⁰, hoy en día las redes de telefonía móvil cubren alrededor del 90% de la población mundial y se espera que esta cifra ascienda a 100% para el 2015. En este aspecto, Colombia se ha mantenido acorde a esta tendencia, ya que pasó de 10,6 suscriptores de celular por cada 100 habitantes en 2002, a 92,3 en 2009.

No obstante, en materia de acceso a computadores y en particular a banda ancha fija e internet móvil de alta velocidad, es necesario seguir intensificando los esfuerzos para multiplicar el acceso y apropiación de estas nuevas tecnologías, que en un país como Finlandia ya hacen parte de un derecho por ley para todos sus ciudadanos³¹.

En el informe pasado se evidenció la relación directa que hay entre el Índice de Desarrollo de TIC (IDI) y el valor de la canasta de precios de TIC. Dentro de la canasta de precios de 2009, el acceso a banda ancha sigue siendo el servicio más costoso y menos asequible en los países en desarrollo y, por ende, uno de los principales cuellos de botella. De acuerdo con los cálculos de la UIT, en 2009 el costo de banda ancha fija en Colombia como proporción de su PNB per cápita fue de 9,0%, mientras que el de países con alta cobertura de suscriptores de banda ancha, como Corea, Irlanda y España, correspondió a 1,4%, 0,9% y 1,1%, respectivamente. Esta realidad trae consigo implicaciones de política importantes, pues sugiere que aquellos países con altos precios para suscribirse a banda ancha fija necesitan implementar políticas que disminuyan el precio, con el fin de aumentar la cobertura de dicho servicio.

De acuerdo a las conclusiones del World Summit on the Information Society, el éxito de crear una sociedad del conocimiento depende principalmente de que la población tenga acceso a las TIC y sepa cómo usarlas³². En esta línea, para continuar aumentando la penetración de los servicios de TIC, en particular de banda ancha por su impacto transversal en todos los sectores económicos y sociales, es preciso concentrar los esfuerzos de política en establecer y operar canales de coordinación y comunicación entre todos los sectores de la economía y la sociedad para asegurar la oferta de servicios a costos asequibles para la población, generando así un ambiente de competencia sana entre los proveedores.

³⁰ UIT "Monitoring the WSIS Targets: A Mid-term Review." World Telecommunication/ICT Development Report 2010.

³¹ Ministerio de Transporte y Comunicaciones de Finlandia. 2010 (www.lvm.fi).

³² UIT. Monitoring the WSIS Targets: A Mid-term Review. World Telecommunication/ICT Development Report 2010.

Por último, considerando que la capacidad de los servicios de TIC se distribuye tanto para uso del sector privado como del público (instituciones educativas, hospitales, juzgados y otros servicios del gobierno), es necesario continuar fortaleciendo las cualificaciones del capital humano hasta generar una cultura de apropiación de las nuevas tecnologías.

La sociedad de la información que se espera formar en Colombia deberá entender las TIC como herramientas indispensables en el proceso de transformación productiva que se necesita para lograr una economía innovadora y de alto valor agregado.³³

4.1.5 Educación. Un país competitivo necesita de trabajadores productivos y bien preparados. No importa cuán desarrollado esté Colombia en acceso a TIC o en ambiente de negocios; sin un recurso humano altamente calificado, el país no podrá ser competitivo en aquellos sectores de alto valor agregado sobre los cuales pretende apalancar el crecimiento de los próximos años. Para alcanzar una fuerza laboral con las cualificaciones que necesita el país, no solo se requiere una cobertura de educación universal, sino que esta educación sea de alta calidad para todos.

Los esfuerzos de Colombia en ampliación de cobertura bruta³⁴ merecen reconocimiento, en particular en los niveles de transición, secundaria y media³⁵: mientras en el 2002 había una cobertura bruta de 75,7% en transición, de 79,5% en secundaria y de 57,4% en media, para el 2009 la cobertura ascendió a 90,8%, 102,0% y 75,8%, respectivamente.

Si bien las tasas brutas son cercanas o superiores al 100%, al compararlas con las tasas netas³⁶, se encuentra que hay una alta proporción de niños matriculados en un nivel educativo que no corresponde a su edad³⁷. Al analizar los datos de la Unesco, se encuentra que Colombia aparece como uno de los países con mayor proporción de estudiantes en extraedad (26,5%), frente a países de la región como Chile (6,4%) y Argentina (8,8%), o países desarrollados de referencia como Corea (1,8%) y España (3,2%). De esta manera, si queremos llegar a la meta de cobertura universal en el 2019, es necesario focalizar los esfuerzos en incorporar

³³ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

³⁴ Tasa de cobertura bruta: número de alumnos matriculados en un determinado nivel de educación, independiente de la edad, expresada como porcentaje de la población del grupo de edad teórica correspondiente a ese nivel de enseñanza. (Fuente: Unesco). Rangos de edad sobre los cuales se calculan las coberturas netas: Transición 5 años; Primaria 6-10 años; Secundaria 11-14 años; Media 15-16 años.

³⁵ Desde antes del año 2000, las coberturas en educación primaria superan el 100%. Sin embargo, cabe resaltar que hay problemas serios de extra edad, principalmente en las zonas rurales.

³⁶ Tasa de cobertura neta: número de alumnos del grupo de edad correspondiente teóricamente a un nivel de educación dado, expresado como porcentaje de la población total de ese grupo de edad (Fuente: Unesco).

³⁷ La diferencia entre cobertura bruta y cobertura neta puede explicarse por casos de matrícula temprana que responden al buen desempeño del niño o a la falta de una alternativa de educación inicial, o por casos de matrícula tardía (estudiantes en extra edad) y problemas de eficiencia interna (repetencia y reprobación) que agravan las distorsiones del sistema.

a la población por fuera del sistema, en mejorar la eficiencia del mismo y en priorizar los temas de equidad para mejorar el acceso en zonas rurales, particularmente en los niveles de secundaria y media³⁸.

Como se mencionó, en general la cobertura de la educación va por buen camino. Sin embargo, este progreso no ha sido proporcional en materia de calidad. Los resultados del examen PISA 2006, que mide el desempeño académico de los estudiantes de diferentes países en ciencias, matemáticas y lenguaje, mostraron que Colombia no solo está muy por debajo del nivel mínimo en todas las áreas de la prueba, sino que también es uno de los países de menor desempeño en Latinoamérica.

Este dato es preocupante en particular porque Colombia tiene un nivel razonable de gasto por estudiante como porcentaje de su PIB per cápita comparado con otros países de referencia en Latinoamérica que no está acorde con la debilidad actual en términos de calidad. Por tanto, más que un problema de nivel de gasto, pareciera existir un problema de focalización de éste.³⁹

4.1.6 Bancarización y asignación eficiente del ahorro. El sector financiero se relaciona con la competitividad de un país por medio de múltiples mecanismos. Por un lado, un mayor acceso de la población a los servicios financieros implica más flexibilidad para los hogares en términos de gastos y ahorros a través del tiempo. Lo anterior se traduce en un mayor incentivo para que las familias establezcan una planificación financiera que permita ahorrar para la vejez o para períodos de inactividad o enfermedad, y adicionalmente para planificar aportes para, por ejemplo, la financiación de una vivienda o de un nuevo emprendimiento.

De otro lado, el sistema financiero es una pieza clave para el desarrollo de nuevos emprendimientos o para impulsar el crecimiento de empresas. A través del crédito o de los mercados de capitales, las empresas pueden acceder a fuentes de financiación para nuevos negocios, para proyectos de inversión, o para establecer esquemas que permitan una mejor gestión de los recursos y del riesgo. En tal sentido Colombia ha logrado grandes avances en los últimos años respecto a la consolidación y el fortalecimiento del sistema financiero: el sector bancario se ha consolidado, la cobertura y calidad de los servicios financieros ha mejorado de manera sustancial y el mercado de capitales ha visto avances importantes. No obstante, todavía queda un largo camino por recorrer.

La importancia de la consolidación del sistema financiero en Colombia se encuentra sustentada en la estimación que un incremento de 10% en el acceso a

³⁸ La tasa de cobertura bruta en secundaria y media para zonas rurales es de 77,5% y 43,1%, respectivamente.

³⁹ Informe Nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

servicios financieros repercute en una reducción de 0,6 puntos en el coeficiente de desigualdad de ingresos de Gini, y un incremento de 10% en el crédito privado reduce la pobreza en cerca de 3%.⁴⁰

En tal sentido, la bancarización, medida como el porcentaje de adultos que tienen acceso a por lo menos un servicio financiero, es inferior a 60%, y la profundización financiera, medida como la cartera de crédito como proporción del PIB, es de 31%. Estas cifras son bajas, no solo en comparación con economías más avanzadas, sino incluso frente a los países de América Latina⁴¹. Adicionalmente, se encuentra que, en un contexto internacional, el mercado de capitales del país es poco líquido y profundo, además de estar altamente concentrado en emisiones de deuda pública.

4.1.7 Sistema tributario. Las obligaciones tributarias son uno de los factores de decisión determinantes para la inversión de capitales tanto nacionales como extranjeros en un determinado país y, por ende, son elementos fundamentales para conseguir un alto grado de competitividad. Tal situación se debe a que la productividad de un país en gran parte depende del incremento de la inversión dirigida a la creación, expansión y optimización de las empresas nacionales. Por su parte, la inversión puede verse afectada por el carácter distorsionante de las cargas tributarias, pues éstas reducen la apropiabilidad de los retornos privados de esa inversión. Esto, a su vez, no solo paraliza las dinámicas del mercado nacional, sino que priva al país de la generación de empleo, la transferencia de tecnología y el potencial innovador impulsados por la inversión.

El sistema impositivo colombiano experimenta grandes retos en materia de competitividad. Lo anterior se pone en evidencia al observar que en el indicador del IMD que mide la percepción grado en el que los impuestos desincentivan la actividad empresarial de un determinado país, Colombia ocupa el puesto 51 entre 58 países, con una calificación de 3,18 sobre 10 (donde una calificación de 0 implica el mayor grado de desincentivo a la actividad empresarial y una de 10 implica el menor nivel de desincentivo a la misma) (ver Gráfico 6).

Asimismo, el impacto del sistema impositivo colombiano en la competitividad del país se demuestra en que, en el indicador del FEM que mide el efecto de los impuestos en los incentivos para trabajar e invertir, Colombia ocupa el puesto 128 entre 139 países, con una calificación de 2,6 sobre 7 (donde una calificación de 1 implica que los impuestos limitan significativamente los incentivos para trabajar e invertir, y una de 7 implica que estos no tienen impacto sobre dichos incentivos) (ver Gráfico 7).

⁴⁰ Fundación Telefónica. BID y Ariel: 2009.

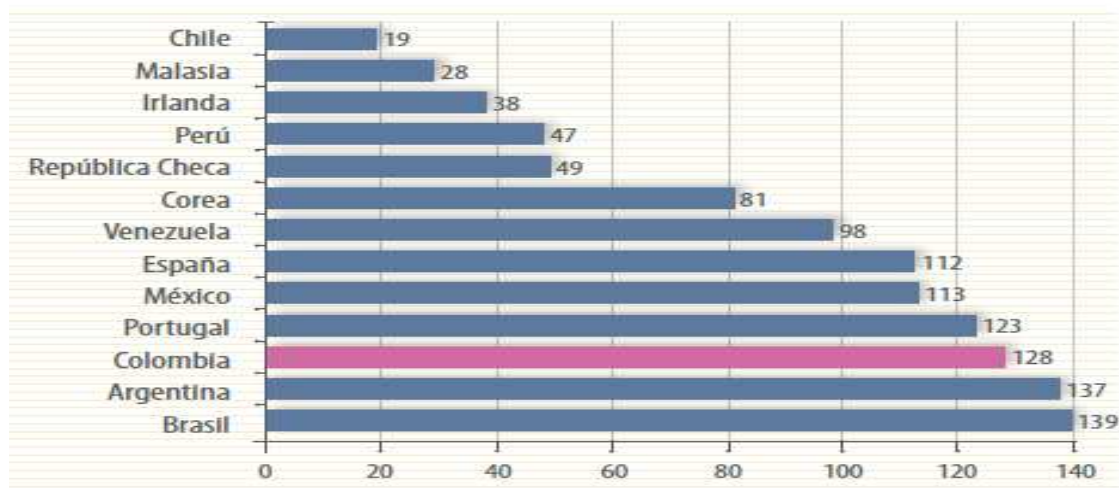
⁴¹ Asobancaria. Semana Económica. Edición 767.

Gráfico 6. Ranking desincentivo de los impuestos corporativos a la actividad empresarial, 2010



Fuente: IMD (Competitiveness Yearbook, 2010)

Gráfico 7. Ranking impacto de los impuestos en los incentivos a trabajar e invertir, 2010



Fuente: Foro Económico Mundial (Informe Global de Competitividad, 2010-11).

***Se les pidió a los encuestados que calificaran el impacto de los impuestos en los incentivos a trabajar y a invertir en su respectivo país.**

Los indicadores antes mencionados son relevantes en la medida en que ponen de presente que los impuestos de los principales competidores regionales de Colombia⁴² cuentan con un menor efecto distorsionante sobre la actividad empresarial, el trabajo y la inversión que los impuestos de nuestro país. Dicha situación es preocupante debido a que no solo permite sino que incentiva la desviación de las inversiones, tanto nacionales como extranjeras, hacia los países vecinos, perjudicando de forma considerable la productividad nacional.

4.1.8 Atributos comerciales. Para los intereses del sector confecciones colombiano el principal socio comercial es Estados Unidos, el cual es la primera potencia económica mundial y su principal exponente en el desarrollo capitalista. Genera alrededor del 25% del PIB mundial, ocupa el primer lugar en producción agrícola, minera, energética e industrial. Además, su nivel de influencia internacional sobrepasa las fronteras gracias al alto número de empresas multinacionales que operan en la mayoría de países incluida Colombia.

La importancia económica de Estados Unidos para Colombia son elevados, su alta relación comercial tanto en términos de bienes y servicios exportados e importados como por el alto flujo de capitales entre estas dos economías generan un punto de influencia externo sobre el nivel de crecimiento económico Colombiano, por tal razón la dinámica reciente de esta economía, la crisis del sector inmobiliario, el comportamiento del desempleo, sus expectativas a futuro y las reformas que debe realizar el gobierno americano para sortear la crisis constituyen factores que afectan el clima de inversión, la dinámica de las exportaciones, el comportamiento de la tasa de cambio y los intereses de sectores tan importantes para Colombia como el sector confecciones, industrial y agrícola que poseen sus exportaciones altamente concentradas hacia la economía de Estados Unidos.

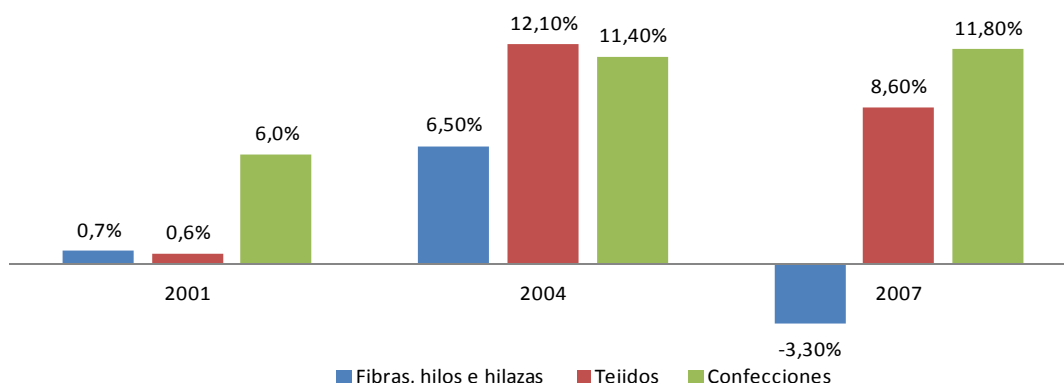
Sin embargo, pese a los aspectos negativos que puede estar viviendo la Economía de Estados Unidos no hay que desconocer que posee un alto nivel de consumo interno y aun con crisis se constituye en una economía de gran poder de atracción para la inversión y para los intereses comerciales. Por otro lado el alto nivel de empresas multinacionales radicadas en Colombia son de origen americano con lo cual contribuyen a la generación de empleo directo e indirecto, inversión directa e indirecta y a la adopción de nuevas tecnologías que influyen en el nivel de atracción de la economía Colombiana y con ello influyen en el nivel de competitividad de la economía Colombiana generando valor agregado a largo plazo y constituyen un factor multiplicador de actividad productiva entorno a ellas y a la multiplicación de la tecnología en las industrias que se relacionan con ellas.

⁴² Chile, Argentina, Perú, Brasil, México y Venezuela.

4.2 SECTOR CONFECCION EN COLOMBIA

4.2.1 Aporte del sector en la industria colombiana. De acuerdo con cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la producción de la industria de confecciones en Colombia, creció el 11.8% en términos reales entre el 2006 y el 2007.

Gráfico 8. Crecimiento de la producción del sector entre los años 2001 y 2007

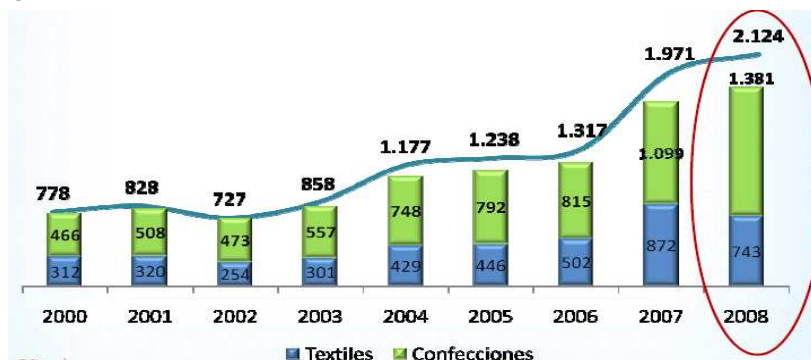


Fuente: PROEXPORT- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Datos DANE. Bogotá D.C. Agosto de 2009

La industria de textiles y Confecciones genera más de 800.000 empleos directos, lo que representa el 12% del total de la fuerza laboral de la industria manufacturera en Colombia.

Igualmente las exportaciones de textiles y confecciones representaron en promedio 12% de las exportaciones no tradicionales de Colombia en el 2008

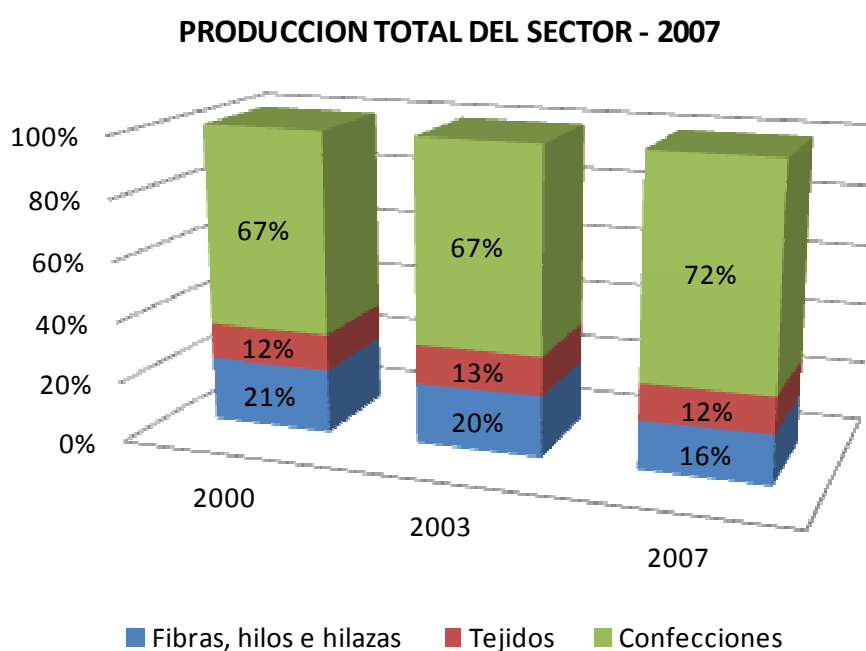
Gráfico 9. Crecimiento de las exportaciones de textiles y confecciones entre los años 2000 y 2008



Fuente: PROEXPORT- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Datos DANE.

La producción de textiles y confecciones supera los 2.5 billones de dólares anualmente, siendo el subsector de las confecciones el más representativo como se mencionó anteriormente, donde las confecciones representan el 72% del total producido en el sector textil – confección para 2007.

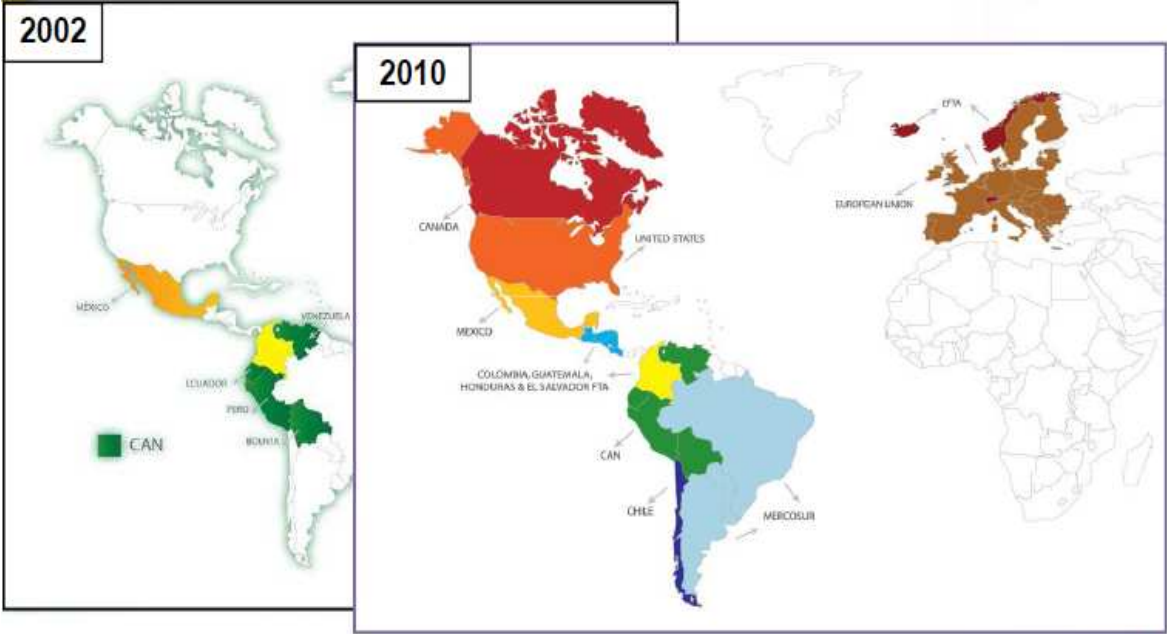
Gráfico 10. Producción total del sector 2007



Fuente: PROEXPORT- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Datos DANE.

Pasamos de tener acceso preferencial de 233 millones de consumidores en 2002, a 1.200 millones de consumidores en 2010. Colombia es uno de los principales centros de moda en Latinoamérica donde ferias como Colombiatex (sector textil) y Colombia moda (confección y moda) reúnen a empresarios de varios países, destacan las ventajas de la industria, la calidad, el diseño y los grandes avances en materia de moda. Colombia moda 2009 confirmó el ingreso de 8.500 visitantes de los cuales 1400 eran visitantes extranjeros provenientes de 24 países. Colombiatex 2010 por su parte conto con 12.200 visitantes, de los cuales 1533 fueron visitantes internacionales de 44 países.

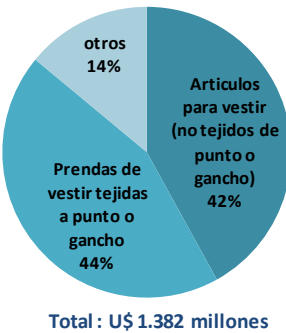
Figura 6. Acuerdos comerciales del sector a nivel mundial



Fuente: Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Invierta en Colombia, Industria Textil y Confecciones. 2009, Sept.

En el ítem de exportaciones, aunque también se exportan textiles, son las confecciones las que aportan más del 65% del indicador, en el valor agregado de tejido de punto con 1.382 millones de dólares al año.

Gráfico 11. Confecciones - Exportaciones 2008



Fuente: DANE

PRINCIPALES DESTINOS			
País	Peso toneladas	FOB valor US\$ mil	Participación FOB (%)
Venezuela	20.213	777	56,2
Estados Unidos	17.096	283	20,5
Mexico	2.725	91	6,6
Ecuador	1.904	67	4,9
Costa Rica	632	21	1,5
Peru	656	19	1,4
Puerto Rico	427	14	1,0
Otros	6.866	111	8,0
Total	50.518	1382	100,0

Entre las principales razones por las cuales Colombia presenta esta favorabilidad para el comercio del subsector de la confección tenemos:

- El libre acceso a un mercado de más de 207 mil millones de dólares anuales, gracias a los acuerdos comerciales firmados con diferentes países de América y Europa, convirtiendo a nuestro país en un centro de producción y distribución para Sur, Centro y Norte América. Adicionalmente, los tiempos de tránsito y los costos de transporte son comparativamente mejores con Europa y Asia.

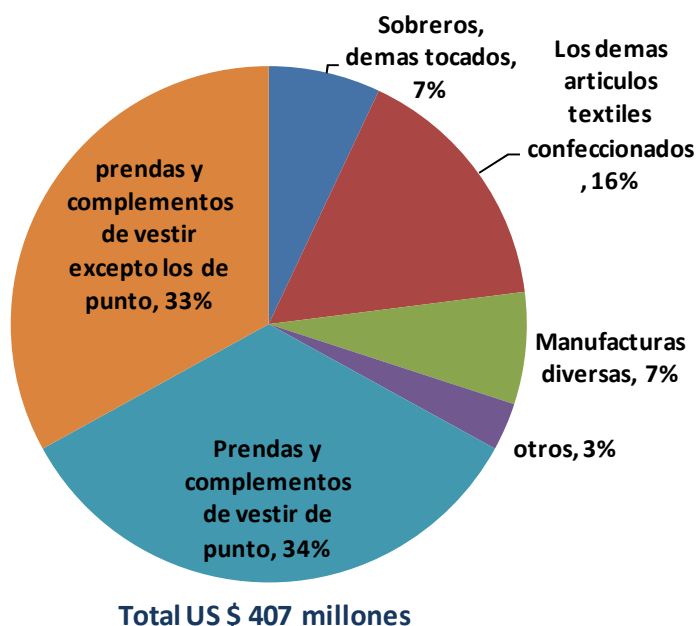
Cuadro 4. Acuerdos comerciales en el mercado americano y europeo

Acuerdo	Países	Promedio Arancel General	Promedio Arancel para Colombia
Comunidad Andina	Bolivia	0%	0%
	Ecuador		
	Venezuela (hasta 2006)		
	Perú		
TLC G2	México	20% - 35%	0%
SGP - PLUS	Europa	6% - 12%	0%
TLC - Chile	Chile	6%	0%
TLC - USA*	Estados Unidos	0% - 38%	0%
TLC- EFTA*	Liechtenstein	6% - 12%	0%
	Noruega		
	Islandia		
	Suiza		
TLC-Canadá*	Canadá	10-20%	0%
Mercosur	Brasil	6%-26%	0-13%
	Argentina		
	Paraguay		
	Uruguay		
TLC - Triángulo Norte*	Honduras	10-15%	0-5%

Fuente: Proexport

- Un mercado interno de más de 900 millones de dólares para 2008, donde las importaciones del sector textil sumaron más de 952 millones de dólares y las de confecciones 407 millones de dólares.

Gráfico 12. Confecciones - Importaciones 2008

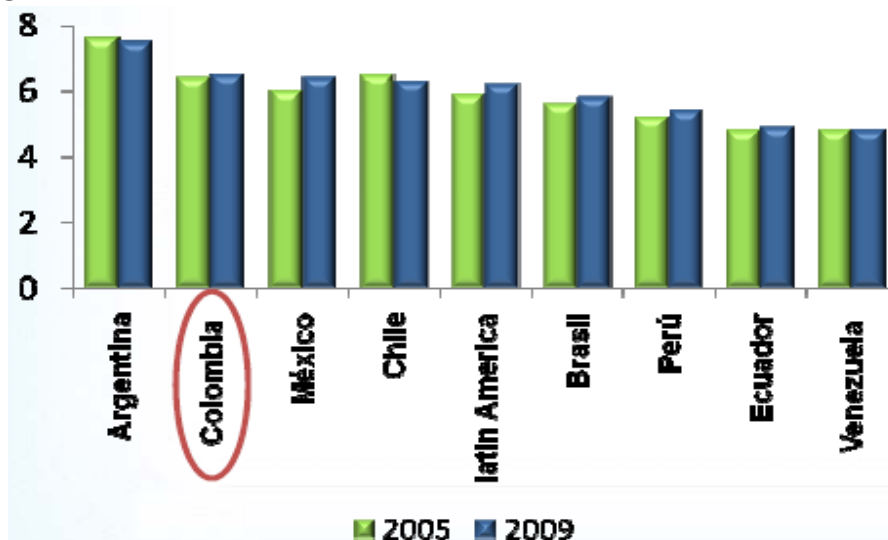


Fuente: DANE

➤ La trayectoria centenaria de la industria de textiles y confecciones de Colombia con firmas como Coltejer y Fabricato que llevan más de 100 años produciendo para el mercado nacional e internacional. Este mercado involucra a más de 6.000 empresas que en el año 2007 tuvieron ventas por más de 4 mil millones de dólares. A nivel global, Colombia participa con un 0.31% y el 0.17% en el valor total de la producción de textiles y confecciones respectivamente.

➤ Las ventajas competitivas del recurso humano donde Colombia presenta uno de los costos más bajos de Latinoamérica, se ubica en el segundo lugar en fuerza laboral más productiva en América Latina. La flexibilidad laboral y la disponibilidad de recurso humano calificado, permiten que los proyectos productivos sean rentables; donde la productividad laboral es medida a través del número de paros laborales al año y la productividad laboral según EIU (Economist Intelligent Unit) para el año 2009. La escala es de 0 a 10, donde 10 es la puntuación más alta. Superando países como Perú, Brasil, Chile, México, Ecuador y Venezuela. La competitividad del sector laboral colombiano está relacionada con su productividad. Colombia presenta bajos costos laborales comparados con países del resto del mundo. Es importante resaltar que la competitividad de la mano de obra Colombiana también está referida a mano de obra especializada la cual permite la existencia de directivos, profesionales de alto perfil que constituyen un impulso al sostenimiento de las ventajas competitivas de las empresas Colombianas.

Gráfico 13. Colombia alta productividad laboral y bajo número de paros laborales



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Datos EIU (Economist Intelligence Unit)

***Escala 10: Sobresaliente – 0 pésimo**

Finalmente por los incentivos legales y los regímenes especiales de comercio exterior que incrementan el atractivo para la inversión:

- El cien por ciento (100%) de los impuestos de Industria, comercio, avisos y tableros y Predial siempre y cuando se hayan pagado en el año respectivo gravable y tengan relación de casualidad con la actividad económica del contribuyente.
- Deducción del 25% del gravamen a los movimientos financieros, algunas deducciones tributarias y Programas Especiales de Comercio Exterior, independientemente de su relación con la actividad económica del contribuyente.
- Deducción del 125% del impuesto de renta en proyectos de ciencia y tecnología.
- Exención del IVA a productos destinados a la exportación.
- Plan Vallejo: Exención del IVA, para la importación temporal de materias primas e insumos para la producción de bienes destinados a la exportación.⁴³

⁴³ Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Invierta en Colombia, Industria Textil y Confecciones. 2009, Sept.

- **Contratos de estabilidad Jurídica:** Aseguran a los inversionistas que los suscriban, que no se les modificarán en forma adversa aquellas normas que hayan sido identificadas en los contratos como determinantes de la inversión. La duración de los contratos puede oscilar entre tres y veinte años y cobijan inversiones nuevas o ampliación de las existentes por un monto igual o superior a 7.500 salarios mínimos legales mensuales vigentes (aproximadamente US\$ 1,5 millones tomando Col\$ 2.500 per dólar como tasa de referencia). El inversionista debe pagar a favor de la Nación una prima del 1% del valor de la inversión que se realice en cada año o del 0.5% en los períodos improductivos.
- **Usuarios altamente exportadores – ALTEX:** reconocimiento a empresas altamente exportadoras en la simplificación de sus trámites aduaneros, cambiarios y tributarios. Además reconoce ventajas para algunos impuestos
- **Usuarios aduaneros permanentes – UAP:** facilidades aduaneras para el depósito de bienes que deban ser sometidos a algún proceso o ensamble.

4.2.2 Diagnóstico del sector confección en Colombia. La cadena confección, diseño y moda ha sido tradicionalmente un sector muy importante para la economía colombiana y ha tenido un alto crecimiento en sus exportaciones, convirtiéndose en uno de los principales exportadores y generadores de empleo en el país: el sector representa más del 5% del total de exportaciones (lo que lo convierte en el rubro de exportaciones no tradicionales más importante) y emplea más de 130,000 personas⁴⁴.

Sin embargo, en los estudios adelantados por el programa de transformación productiva, se ha identificado que el sector se encuentra altamente amenazado tanto en el mercado local como en el mercado global, como consecuencia directa de lo siguiente:

• **Capturar las oportunidades en el mercado local es cada vez más difícil:**

- Alta participación de la informalidad y el contrabando que compiten con estructuras de costo muy bajas, generando significativas desventajas para la industria formal
- Alto crecimiento en importaciones de materia prima y productos terminados, principalmente provenientes de países de bajo costo.

⁴⁴ PALAU, María del Mar. Coyuntura, Multiplicando Ingresos y Empleo. Revista ANDI. 2010 Mayo-Junio;(222): 43-49

➤ Reciente entrada masiva al país de marcas internacionales con amplia experiencia en mercadeo, gestión de marca, gestión de tiendas, inteligencia de mercados, entre otros.

• **La posición en el mercado internacional es muy vulnerable:**

➤ Una alta dependencia en un número reducido de mercados que durante los últimos años han presentado gran inestabilidad política, regulatoria y/o económica.

➤ Fuera de la región andina, Colombia tiene una baja participación en mercados internacionales

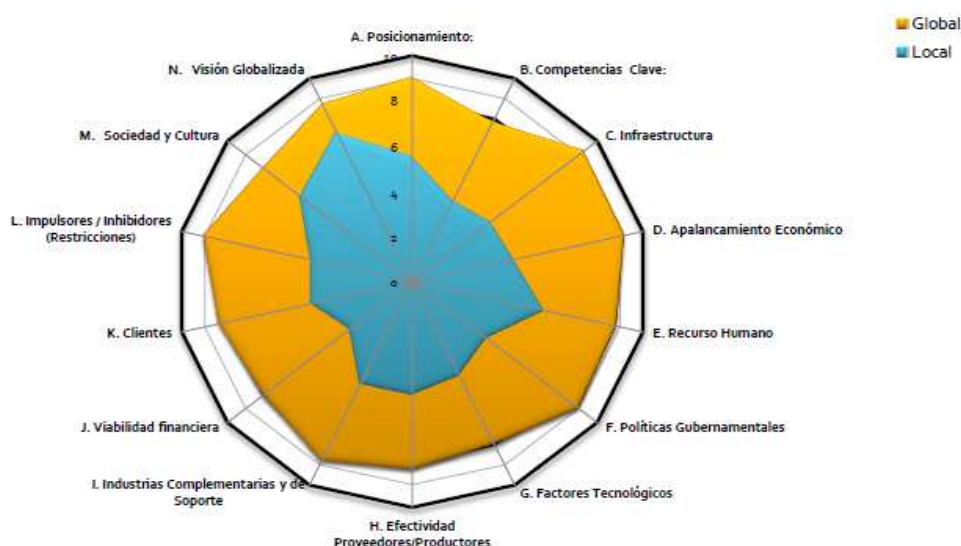
➤ Su participación ha sido tradicionalmente dependiente de modelos de bajo valor agregado como la maquila.

➤ Los costos de producción de Colombia no le permiten competir con países de bajo costo.

➤ No cuenta con las condiciones para desarrollar elementos altamente diferenciadores que le permitan “descomoditizar” su oferta.

De acuerdo con un estudio de CIDETEXCO, en el que se caracterizan los nuevos escenarios para el futuro de la cadena Fibra, Textil y Confección en Colombia, los gráficos siguientes muestran las brechas del sector para competir en los mercados internacionales.

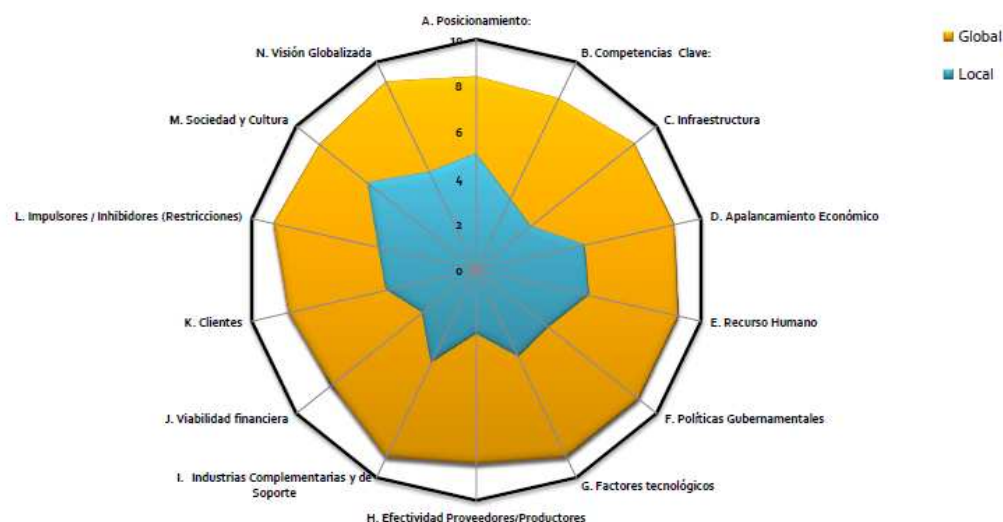
Gráfico 14. Brechas competitivas



Fuente: Elaborado por CIDETEXCO

Se observan como factores que mayor trabajo requieren en el sector, el desarrollo de competencias que favorezcan el desempeño del sector, la atención de las restricciones para potencializar los impulsores y minimizar el efecto de los inhibidores, la adecuación de la infraestructura necesaria y la creación de políticas gubernamentales que dinamicen la estructura competitiva del país.

Gráfico 15. Brechas tecnológicas



Fuente: Elaborado por CIDETEXCO

Afortunadamente, a pesar de estas amenazas, el sector está dispuesto a desarrollar las habilidades necesarias para asegurar su posición en el mercado local, convertirse en un líder regional (Américas) y ganar participación en nichos de mercado globales. Dicho esto, el sector se ha concientizado que debe generar fortalezas que le permitan competir con marcas internacionales, diversificar mercados, aumentar su participación en valor agregado y aprovechar tendencias globales. Igualmente, debe generar condiciones que le faciliten la lucha contra la informalidad y el contrabando, el acceso a capital y la producción con niveles de costos adecuados para competir. Sólo de esta manera el sector podrá asegurar su posición en el mercado local e internacional⁴⁵.

El desarrollo de estas habilidades depende de cambios importantes en la formación de recurso humano, la consolidación del marco normativo, el fortalecimiento y promoción de la industria y la infraestructura. Para avanzar en cada uno de estos temas se ha propuesto la implementación de 24 iniciativas de aquí al 2013, de las cuales 12 son consideradas por el sector como prioritarias y en marcha.

⁴⁵ Ibíd. Pág. 44.

4.2.2.1 Recurso humano. Se requiere una mejora significativa tanto a nivel de carreras técnicas como universitarias para permitirle al sector competir en formatos y categorías de valor agregado y ser distintivo en oportunidad de entrega. Para garantizar la pertinencia de la oferta educativa es necesario un cambio en la relación con las diferentes entidades educativas.

En ese sentido se está trabajando en la coordinación con las entidades pertinentes para que exista la oferta adecuada de personal capacitado. Adicionalmente se busca impulsar, desarrollar y fortalecer la pertinencia educativa adecuada al sector productivo que contribuya al desarrollo de su capital humano de manera sostenible y que permita incrementar la productividad⁴⁶.

4.2.2.2 Marco normativo. El sector público y el gobierno deben trabajar de la mano en la definición e implementación de políticas orientadas a combatir el contrabando y la informalidad y la creación de condiciones que permitan competir con costos adecuados. Para alcanzar este último objetivo, la industria debe empezar a interactuar con el gobierno como una única cadena de valor y no en esfuerzos fragmentados de los diferentes eslabones de la cadena. Se busca facilitar el acceso a materias primas, suministros y tecnología con costos competitivos; atacar el contrabando con estrategias específicas para el sector; realizar actividades para agilizar los procesos de comercio exterior a través de una simplificación de trámites aduaneros, técnicos y tributarios; gestionar y desarrollar mecanismos para la apertura de mercados objetivos⁴⁷.

4.2.2.3 Fortalecimiento, promoción e infraestructura del sector industrial El sector privado, la academia y los centros de investigación deben alinear sus objetivos para desarrollar innovaciones en productos y procesos que sean viables a nivel productivo y comercial; también, se deben realizar esfuerzos permanentes de investigación de mercados, preparación de empresarios para participar en dichos mercados y promoción de la industria a nivel internacional⁴⁸.

En consecuencia, las iniciativas en las que se ha concentrado el sector son:

- Gestionar y desarrollar mecanismos para la atracción de la inversión extranjera directa.
- Gestionar el análisis permanente de nichos de mercado potenciales, la disponibilidad de información sobre los mismos y la difusión de las oportunidades de la industria colombiana en el exterior.
- Facilitar el acceso a tecnologías de información y comunicación en la industria.

⁴⁶ Ibíd. Pág. 44.

⁴⁷ Ibíd. Pág. 45.

⁴⁸ Ibíd. Pág. 45.

- Fortalecer iniciativas de cooperación entre los diferentes eslabones de la industria y las entidades complementarias.
- Promover la cooperación entre empresarios para llevar a cabo de manera eficiente procesos de comercio.
- Promover el concepto de Zonas Francas dentro del sector.

En un esfuerzo conjunto de los empresarios y el gobierno se debe trabajar de manera conjunta en la definición de prioridades de infraestructura del país (vial, portuaria, etc.) para contribuir a mejorar los indicadores de oportunidad, de entrega y la estructura de costos del sector.

4.2.3 Tendencias del sector confección

4.2.3.1 Importancia de temas éticos. Los temas éticos son cada vez más importantes para los consumidores, productores y comercializadores. Temas como el cambio climático y el trabajo infantil están cada vez más presentes en las decisiones de compra de los consumidores y grandes marcas ya están reaccionando a este movimiento⁴⁹.

4.2.3.2 Equilibrando costo, velocidad y precio. El costo no es el único factor que incide sobre la rentabilidad, por consiguiente, los modelos de compra de los actores del mercado se desarrollan alrededor del costo, la velocidad y la calidad. Sin embargo, la mayoría de los jugadores aseguran que todos necesitan mejorar su velocidad al mercado para ser exitosos⁵⁰.

4.2.3.3 Subcontratación de tareas. Más y más marcas de ropa se han cambiado al abastecimiento de bienes terminados, pero puede que algunos de los grandes actores aún estén mejor contratando únicamente la producción.⁵¹

De otra manera, el acceso a nuevos mercados, el mercado interno cautivo, la trayectoria de la industria, el recurso humano competitivo y los incentivos legales, se convierten en factores importantes para hacer de Colombia, más atractiva para desarrollar proyectos de producción en la industria de textiles y confecciones. Así lo demuestran algunas cifras del sector.

⁴⁹ Ibíd. Pág. 47.

⁵⁰ Ibíd. Pág. 47.

⁵¹ Ibíd. Pág. 47.

4.3 CONTEXTO COMPETITIVO DEL VALLE DEL CAUCA

En los aspectos relacionados a la competitividad del Valle del Cauca se hace necesario mencionar los cambios sucedidos en aspectos relacionados a: Los cambios en la estructura económica del departamento, la evolución de la propiedad industrial y los principales eventos ocurridos después de la apertura económica.

El primer factor está referido al desempeño económico general y sectorial del departamento el cual en la década de los años noventa presentaba un excelente desempeño hasta 1997 cuando la tendencia se revierte registrando bajas tasas de crecimiento y un reajuste en la participación departamental en la producción nacional. Por cuenta de la evolución industrial en el periodo 1974 – 2000, permite agregar un factor de mayor atractivo industrial que contribuye positivamente al ciclo económico general así como impulsar la dinámica industrial del departamento avivando fortalezas existentes y generando nuevas. El tercer aspecto está relacionado con la competitividad comercial del departamento y permite apreciar como el crecimiento económico general del departamento y, mas específicamente, su estructura industrial, tiene expresión en la competitividad comercial, su capacidad de incursionar en nuevos mercados y las vías por las cuales este se expresa (integración comercial, flujo comercial, nivel de inversión nacional en el extranjero y de extranjeros a nivel nacional y departamental).

En el mejor momento de desempeño económico (1992 -1995) el Valle crecía a tasas cercanas al 5.5% mientras que en ese mismo lapso el PIB nacional registraba tasas promedio de 5.1%. En 1992 el Valle representaba el 13% del PIB nacional y al finalizar la década (2000) su contribución se situó en 12.3%.

El estancamiento del PIB departamental del Valle durante el periodo 1996 – 2002, en el cual este indicador registro crecimientos solo del 0.5%, revela un deterioro en la generación de valor económico, con directa consecuencia sobre su población, según lo indica el PIB per cápita, en el cual el Valle se desplazo del tercero al quinto lugar.

Esta recomposición productiva generó que el crecimiento industrial dejó de estar sustentado en los sectores tradicionales (industria, comercio, agricultura e intermediación financiera) y empezó a ganar importancia el sector productivo de servicios públicos domiciliarios gracias a la inversión pública.

La crisis internacional de 2007 que afectó las principales economías desarrolladas como la de Estados Unidos y las restricciones comerciales con Ecuador y Venezuela golpearon la economía del suroccidente colombiano fuertemente, debido a la alta concentración de nuestro comercio exterior con estos países, ocasionando una desaceleración significativa en la actividad económica de la

región al cierre de 2009. El alto desempleo y la disminución en las remesas afectaron considerablemente la demanda de los hogares.

Los últimos informes sobre competitividad en Colombia evidencian la pérdida de liderazgo que ha venido mostrando el Valle del Cauca con respecto a otras regiones en Colombia, donde la participación de la región en la dinámica económica nacional, continua una tendencia bajista, que preocupa bastante, teniendo en cuenta que con las condiciones especiales con las que cuenta el departamento, como ubicación geográfica, conectividad, dotación de servicios, entre otros, el aporte de la misma en el desarrollo nacional debería estar respaldada por cifras macroeconómicas de mayor peso, generando los efectos respectivos sobre el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

La construcción de una agenda pensada desde el consenso de los diferentes actores empresariales y gremiales, como el apoyo de la academia y el gobierno, es una de las necesidades más documentadas en los programas que adelanta la industria para la elaboración de acciones que permitan la estructuración de un modelo de análisis que facilite la incorporación de la realidad con los requerimientos y necesidades del sector textil y de confecciones, conectando los avances de las actividades del mismo en el desarrollo de modelos de gestión, mejoramiento en las capacidades del recurso humano, conocimiento de los mercados y temas tan importantes como logística y distribución para llevar a nuevos mercados productos innovadores, desde las fibras hasta las confecciones.

La dinámica tecnológica y comercial que experimenta la cadena establece la necesidad de vincular mecanismos de soporte a la toma de decisiones, tanto a los actores de la cadena como a las entidades de apoyo y fomento, que a partir del análisis del pasado, el presente y el futuro permitan la definición de acciones y bases de trabajo para el adelanto de la investigación y el desarrollo tecnológico como soporte al mejoramiento de la competitividad de la cadena, en el corto, mediano y largo plazo.

Sin embargo, en un momento en que Colombia requiere estratégicamente insertarse mucho más en los mercados internacionales, la realidad empresarial del país y de la región muestra preocupantes signos de falta de integración y articulación productiva y empresarial y una marcada disminución en los indicadores de competitividad. De otro lado, la población tiene menos capacidad de compra y es menos calificada para las necesidades de transformación productiva, empujando a las empresas hacia decisiones contingenciales de choque que en ocasiones no son las más convenientes.⁵²

⁵² Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

4.3.1 Estructura productiva del Valle del Cauca. La base económica del departamento del valle del Cauca, está sustentada en la prestación de servicios, seguida por industria y las actividades agropecuarias. Entre los servicios, los más importantes son: comerciales, transporte, banca y comunicaciones. La agricultura es tecnificada, el producto más relevante es la caña de azúcar; le siguen la caña panelera, el sorgo, yuca, algodón, soya, maíz, café palma africana y cacao. En la industria se destacan: alimentos, particularmente el procesamiento de azúcar, producción de químicos, farmacéuticos, plásticos y editoriales. La ganadería es principalmente vacuna.

Cuenta con una de las más completas estructuras industriales de Colombia. Una de las características de la estructura productiva del Valle es su alto grado de integración, la tercera parte de los insumos que requiere la industria del Valle son producidos en la misma región, con algunos sistemas de empresas altamente integrados. El Valle cuenta con uno de los pocos clúster colombianos: el de la caña de azúcar. Aporta el 10% de las exportaciones agroindustriales colombianas y el 7% de las no tradicionales. Exporta el 43,8% de su producción y genera 35.000 empleos directos y cerca de 210.000 indirectos. Recientemente se ha articulado con la producción de alcohol carburante (cinco plantas procesadoras pertenecientes a ingenios azucareros).⁵³

Los resultados más sobresalientes en la inserción económica internacional el Valle indican que se distingue por una orientación exportadora bastante reducida en el contexto nacional, y se sitúa en el lugar 15 entre los departamentos Colombianos, en una proporción muy inferior a la de Cundinamarca (1) y Antioquia (2), sin embargo el Valle presenta fortalezas importantes, y se destaca como líder en la diversidad de productos exportados (lugar 3), y logra una diversidad más alta en los destinos internacionales de sus ventas (lugar 3), después de Cundinamarca (lugar 1) y Antioquia (2).

En este sentido las industrias con mayor destino exportador mostraron una mayor capacidad de adaptación, concentrando su estructura y composición exportadora del departamento, si bien los resultados son positivos, es evidente que el departamento del Valle debe lograr transformaciones aun más importantes para la internacionalización de la industria en especial en el sector confecciones, en torno al cual orbita un conjunto de subsectores en los cuales la formación competitiva actual todavía cuenta con una limitada proyección internacional.

También se han desarrollado las cadenas productivas de:

- Pulpa-papel-cartón-editoriales-imprentas-artes gráficas.
- Alimentos procesados (molinería, grasas y aceites, concentrados, lácteos, avícola)

⁵³ Plan de Desarrollo 2008-2011, Diagnóstico Sectorial del Valle. Gobernación del Valle del Cauca

- Forestal y manufacturas de madera.
- Confecciones y lencería
- Salud (farmacéutico, servicios de salud y cuidado personal).
- Hortofrutícola (frutas, hortalizas, pulpas, jugos, purés, néctares, conservas)
- Servicios portuarios y logísticos
- Turismo

El Valle del Cauca se puede dividir de acuerdo a su actividad económica en cuatro subregiones claramente marcadas.

• **Subregión Norte.** Esta región se caracteriza por ser la más agrícola del Valle, sobresalen, además, sus actividades económicas en salud, educación y recreación pública. En cuanto a salud su cobertura se ha incrementado en los últimos años hasta ubicarse en la segunda región con mayor cobertura del Departamento (57.7%).

• **Subregión Centro.** La actividad que más contribuye a su economía es el sector inmobiliario (19.6% del PIB) lo que es consecuente con el incremento en el índice de construcción, aunque la recuperación de éste rubro no es muy buena en todo el Departamento, así mismo la industria contribuye de manera importante. Si bien su población solo alcanza los 511.500 habitantes, su cobertura en salud es la más alta de las cuatro regiones (67.1)

• **Subregión Sur.** Aquí podemos encontrar una región mayormente industrializada, donde este renglón contribuye con 24.4% del PIB total del Valle del Cauca. Además, encontramos un incremento sustancial en la construcción y una representación importante en los servicios a empresas. Es la zona con mayor densidad poblacional (69.8%) de los casi 4'400.000 habitantes del Departamento. La cobertura en esta subregión está por debajo del promedio departamental (52.2%), aunque es de destacar su incremento constante en los últimos 6 años.

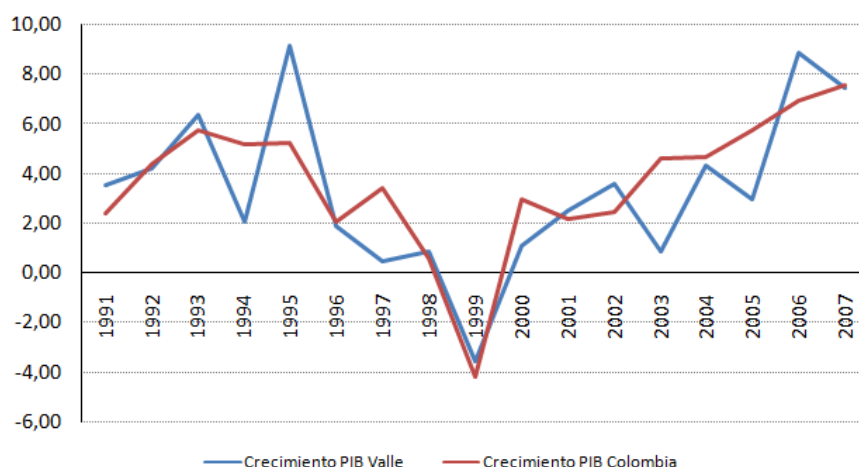
• **Subregión Pacífico.** Sus principales actividades económicas son el comercio, la pesca y el transporte, principalmente representado por Buenaventura. Siendo la región de menor densidad demográfica (6.2%).⁵⁴

Con 21.195 Km² la creación del Departamento del Valle del Cauca se gestó en un contexto de creciente liderazgo empresarial y productivo en la región del suroccidente colombiano a principios del siglo XX, donde una diversidad de vertientes culturales y de actividades productivas encuentra en las características geográficas y climatológicas de la región ventajas naturales para su desarrollo.

⁵⁴ Plan Maestro Integral y de Desarrollo Sostenible del Valle del Cauca 2003-2015

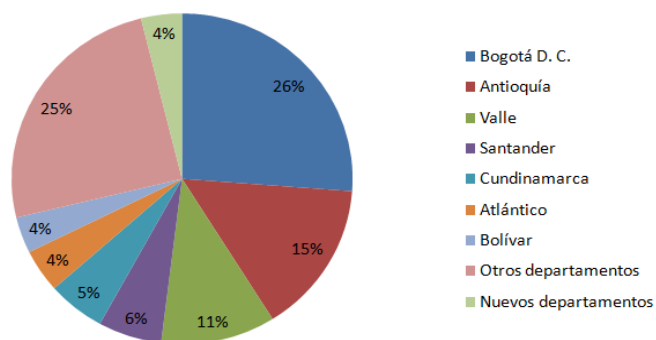
La dinámica productiva del Valle del Cauca es determinante en el comportamiento de la economía colombiana, lo que se explica por el gran aporte que el departamento le hace a la producción nacional, que en el año 2007 fue del 11%, lo que consolida a la región como la tercera economía más importante del país.⁵⁵

Gráfico 16. Crecimiento del PIB Valle del Cauca y Colombia



Fuente: DANE – Secretaría de Planeación Departamental

Gráfico 17. Participación de los departamentos en el PIB de Colombia 2007



Fuente: DANE

4.3.1.1 Indicadores económicos Valle del Cauca. El Valle del Cauca presenta una población de 4.161.425 habitantes, lo que implica una participación del 9,7% en el total de la población nacional. El 86,4% de su población vive en zonas

⁵⁵ Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecnológico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

urbanas y el 13,6% en áreas rurales. La educación superior del los vallecaucanos asciende a 79.833 casos donde 76 son doctorados. El departamento ocupa el segundo lugar en Colombia en el Índice de Calidad de Vida, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD.

Cuadro 5. Población con nivel educativo en el Valle del Cauca

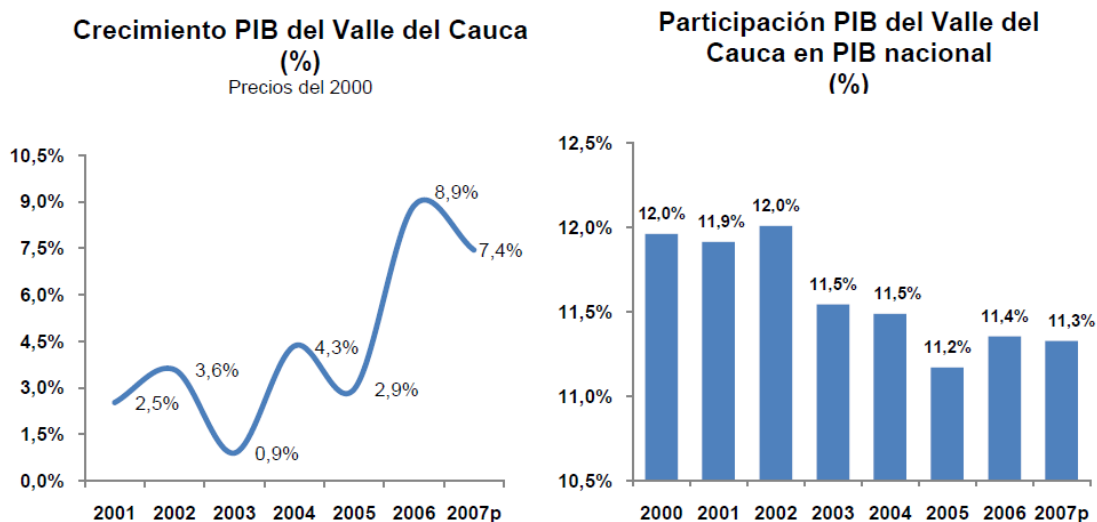
Técnica Profesional	Tecnológica	Universitaria	Especialización	Maestría	Doctorado	Total
2.299	10.101	55.903	10.092	1.362	76	79.833

Fuente: Cámara de Comercio de Cali, Datos Ministerio de Educación Nacional

El Valle del Cauca conecta a Colombia con el pacífico a través del puerto de Buenaventura. Los principales destinos son el Lejano Oriente; Suramérica; Centro América; Europa; Costa Este de los Estados Unidos; Caribe; Costa Oeste de Norteamérica; Sudáfrica; Australia y Golfo Pérsico. El PIB del Valle del Cauca presenta un crecimiento sostenido, para el año 2001 el crecimiento fue de 2,5% y para el año 2007 el crecimiento fue de 7,4%, es de resaltar que a diferencia de otros departamentos como el Vichada, el crecimiento del PIB del Valle del Cauca no ha presentado decrecimientos durante el 2001 a 2007. Como lo mencionamos anteriormente, la participación del PIB del Valle del Cauca dentro del PIB nacional es de 11,5% aproximadamente, para el 2000 esta participación fue de 12,0% y para el 2007 esta fue de 11,3%.

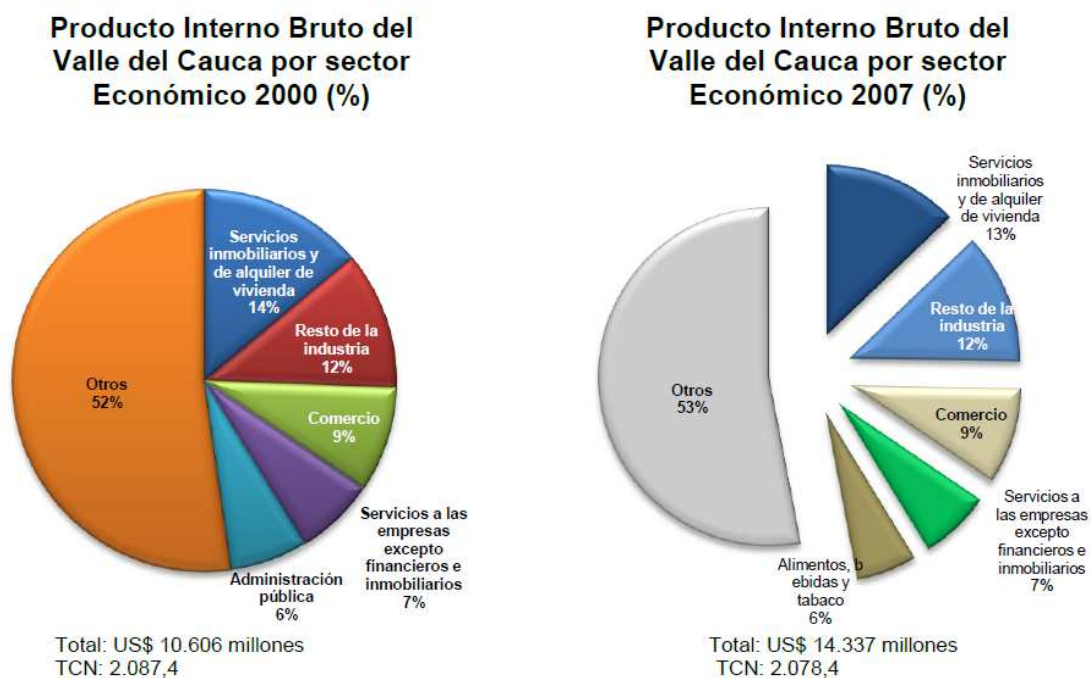
a. PIB. El PIB del Valle del Cauca presenta una distribución del 14% en servicios inmobiliarios, 12% en industria y 9% en comercio para el año 2000. Para el año 2007 la distribución del PIB se concentró con un 13% en servicios inmobiliarios, 12% en industria y 9% en comercio, por tanto el Valle del Cauca es un departamento que se concentra en provisión de servicios y producción manufacturera más que producción agraria.

Gráfico 18 Crecimiento y participación del PIB del Valle del Cauca



Fuente: DANE P; Provisional

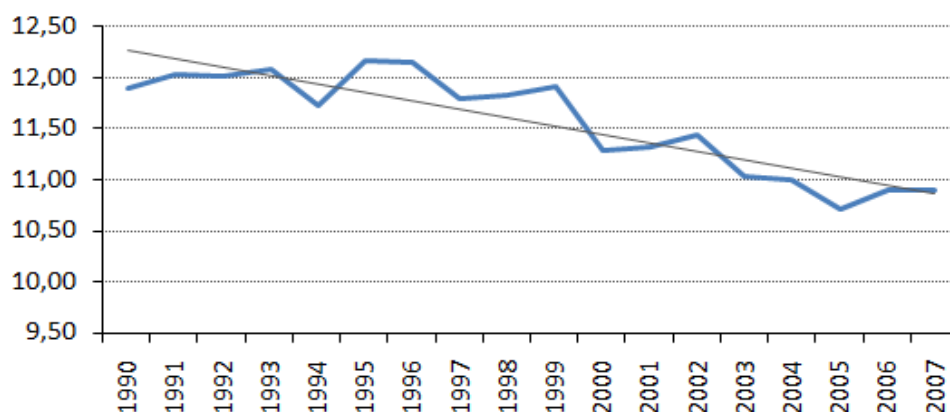
Gráfico 19. PIB del Valle del Cauca por sector económico



Fuente: DANE

Pese a ello, el departamento ha venido decayendo en sus principales indicadores macroeconómicos, ocasionando una pérdida significativa de esta participación nacional, arrojando preocupantes signos de debilitamiento de la actividad productiva frente a las demás regiones. De esta forma la participación porcentual del Valle del Cauca al PIB nacional ha pasado de casi el 12,5% a principios de la última década del siglo XX a cerca del 11% en el 2007.

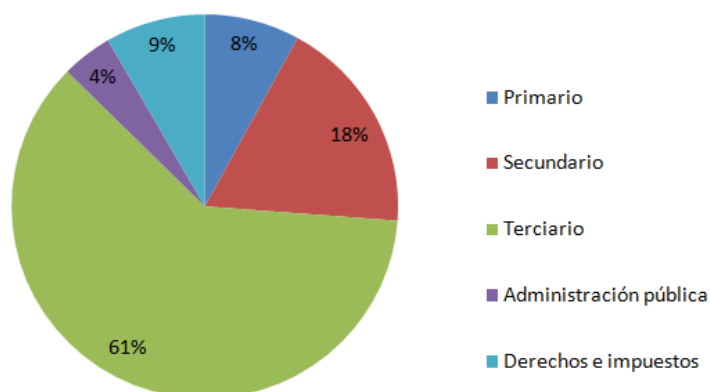
Gráfico 20. Participación del Valle en el total nacional



Fuente: DANE – Secretaría de Planeación Departamental.

En medio de ello el sector servicios se destaca por su buena participación representando un poco más del 61% del PIB regional, ubicándose como el de mejor desempeño en la estructura productiva del departamento. Por su parte la industria que aporta el 18.2% del PIB regional, convierte al Valle como un importante motor del crecimiento del país, con una participación mayor al promedio nacional de este renglón que es de poco más del 14,5% y representa el 13,3% del total del PIB industrial del país.

Gráfico 21. PIB del Valle del Cauca por sectores económicos, 2007



Fuente: DANE – Secretaría de Planeación Departamental

De otro lado, en el Municipio de Santiago de Cali se encuentra poco más del 51% de la población total del departamento y casi el 5% del total nacional. El PIB Caleño se estima en poco más de \$14 Billones, con cálculos estimados a 2006. Lo que significa que representa alrededor del 60% del PIB regional y cerca del 7% del total nacional. Cerca del 77% del valor agregado municipal corresponde a los servicios, dentro de los que se destaca el comercio (22,6%) y el asocio entre la actividad inmobiliaria y la construcción que componen entre ambos casi el 34% del sector servicios.

El sector secundario, representado fundamentalmente en la industria manufacturera cuenta con el 22,8% del valor agregado municipal, por encima de la participación de este sector en el departamento y de lo que representa la industria en el PIB nacional. Los principales renglones de la industria caleña cuentan con los productos químicos básicos y farmacéuticos, artes gráficas, textiles y cuero y sus manufacturas, que constituyen la mayor parte del valor agregado del sector.⁵⁶

• El sector productivo local y la generación de empleo

Durante el trimestre móvil enero – marzo de 2011, y para el total nacional, la tasa de desempleo se ubicó en 12,4%; esto representa una disminución de 0,6% frente a la registrada en el mismo periodo del año anterior (13,0%). En marzo entretanto, el desempleo a nivel nacional fue de 10,8%, siendo esta la cifra menor de desempleo en los últimos 10 años; en este mes la población ocupada llegó a 19.585 miles de personas.

El desempleo sigue siendo un factor preponderante en el Departamento que debe ser atacado en forma sistemática para poder ejercer una acción determinante en la estructura de la economía. Se deben adoptar estrategias que permitan dar estabilidad en la disminución de la tasa de desempleo, como pueden ser el fomentar la cultura del emprendimiento que se establece la Ley nacional de emprendimiento 1014 de Enero 26/06 y el desarrollo y fortalecimiento de las Mipymes a través de FOMIPYMES y el SENA.

En el caso específico del área metropolitana Cali – Yumbo, donde se estima que se encuentra poco más del 61% de la PEA del departamento, la tasa de desempleo para ese mes ascendió al 16,8%, mucho más alta que los promedios nacionales y metropolitanos revisados por el DANE. Lo que representa más de 221.000 desocupados, casi el 9% del total de los desempleados del país.

La cifra nacional disminuyó en 1% con respecto al mismo mes del año pasado y se ubicó en 10,8%. La desocupación en el trimestre disminuyó, pasando de 13% a 12,4% y en lo corrido de los 12 meses el indicador se ubicó en 11,6% frente al 12% del mismo periodo durante el año pasado.

⁵⁶ Ídem.

Sin embargo se destaca el caso de Cali, ciudad que el mes pasado tuvo una tasa de desempleo de 16,8% aún cuando su tasa global de participación fue 64% una de las más altas y cercana a la de Bogotá (69,9%), y una tasa de ocupación promedio de 53,3%. Algunas de las características que han llevado a este problema consisten en que el invierno en la zona franca ha golpeado a varias industrias y que el comercio aún no ha reaccionado.⁵⁷

De otro lado, se estima que a 2008 en Cali existen cerca de 2.500 establecimientos que atendían a más de 425.000 estudiantes desde pre-escolar hasta el grado 11. El 59,6% de estos establecimientos son instituciones oficiales y el 96% del total presta sus servicios en la zona urbana.⁵⁸

Así mismo, con cifras a 2008 Cali contaba con 32 instituciones de educación superior, 9 de ellas son universidades, 11 instituciones universitarias, 6 instituciones tecnológicas profesionales y 6 instituciones técnicas, que atienden a una población estimada en poco más de 84.000 estudiantes. De ellos, el 78,3% se encuentran estudiando en Universidades; apenas poco más del 15% asiste a instituciones técnicas y tecnológicas.⁵⁹

No obstante el buen número de instituciones educativas en el Municipio de Cali, prevalecen los problemas de cobertura educativa, impactando las condiciones de cualificación de la oferta laboral. Precisamente, los resultados de las pruebas de Estado (SABER) permiten apreciar una disminución en los rendimientos académicos en los últimos años para los que se gradúan de los colegios con tan solo una tercera parte en el nivel alto. Hoy día el sistema educativo en el Departamento del Valle del Cauca, desde su educación básica y media, no tiene establecido una formación por competencias adecuada o integral, que a partir de los comportamientos socio-afectivos y habilidades cognoscitivas, sicológicas, sensoriales y motoras, permitan desarrollar una tarea, una función, una actividad en el estudiante, facilitando la articulación integral de sus competencias para el desarrollo exitoso en el mercado laboral, y/o en la educación superior.

Ahora bien, si se considera que más del 70% de la población empleada del país solo cuenta con el bachillerato completo y que esta es una característica generalizada de la población tanto ocupada como desocupada en Colombia, al tiempo que el sector servicios, principalmente en los renglones comerciales y comunales, son los que más empleo generan en Colombia y en sus grandes

⁵⁷ http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_ech_mar_corta11.pdf

⁵⁸ Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

⁵⁹ http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2010.pdf

centros urbanos, se puede apreciar que Cali no escapa a las características estructurales del problema del desempleo nacional.⁶⁰

Salvo en algunas áreas, como la zona metropolitana Cali – Yumbo, por su desarrollo agroindustrial podríamos pensar en un menor predominio de la mano de obra no calificada, este persiste afectando el normal desarrollo empresarial, las oportunidades de empleo y el nivel de ingresos y la calidad de vida de los ciudadanos. Esta falta de fomento de programas que formen personas capaces de pensar y llevar a la práctica proyectos que redunden en el beneficio y el desarrollo sostenible y sustentable de la comunidad, favorecen la informalidad y la desintegración con las demás actividades productivas de la región.

• Infraestructura

Las obras de infraestructura que se adelantan en el Departamento requieren del concurso no solo de los recursos que aporte el Valle del Cauca sino de los aportes de la nación y de otras fuentes internacionales; puesto que se trata de macroproyectos que benefician a todo el país, debido a la importancia que tiene para Colombia el puerto de Buenaventura por donde transita el 48% de la carga de comercio exterior. Proyectos de la magnitud de la construcción de los nuevos puertos de aguadulce, Complejo industrial portuario, la doble calzada Buga – Buenaventura, el tren de cercanías y el tren de carga a Buenaventura, entre otros, requieren sin duda de la participación del Capital internacional.

El transporte es para el Valle del Cauca un tema trascendental cuando se habla de hacer de la región un territorio competitivo. El corredor de comercio exterior que se extiende a lo largo del territorio del Departamento incluyendo la ciudad y el terminal marítimo de Buenaventura requieren de la realización de obras y ejecución de proyectos en materia de Infraestructura vial, férrea, aérea y marítima que permitan acercarnos a estándares internacionales.

El gobierno departamental se ha trazado el propósito de asumir el liderazgo en la gestión y ejecución de los grandes proyectos de infraestructura que se han identificado en la Agenda Interna como necesarios para alcanzar los niveles de competitividad requeridos tanto en el transporte de carga como de pasajeros. La accesibilidad vial a Buenaventura a través de carretera o tren, el acceso de buques pánamax y pospánamax al puerto, el centro de actividades económicas de Buenaventura, el Tren de Cercanías y el aeropuerto de Santana en Cartago son algunos de los macroproyectos cuya ejecución requieren prioridad para apalancar la productividad y competitividad no solo de la región sino del país.

⁶⁰ Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

• Telecomunicaciones

El desarrollo regional de las Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC's), ha tenido sus efectos multiplicadores en el crecimiento económico y en la competitividad de todo el aparato productivo. Su uso ha facilitado el manejo de la información, disminuyendo los costos de transacción.

La Agenda Interna reconoce que sin la participación de un sector tan importante como el de las comunicaciones, ningún desarrollo económico regional puede alcanzar posiciones tan importantes, por lo que es necesario diseñar un conjunto de estrategias encaminadas a fortalecer el desarrollo y uso de las TIC's. Igualmente y con el apoyo del Gobierno Nacional, el Valle del Cauca viene trabajando por una mayor competencia en el sector de telecomunicaciones, a través de la adaptación de un marco normativo e institucional reconociendo la convergencia tecnológica y la globalización. Con esto pretende promover la inclusión digital de las empresas, en especial Mipymes, mediante el desarrollo de políticas orientadas a facilitar el acceso, la apropiación y el uso de estas tecnologías y el desarrollo de una industria nacional exportadora competitiva en segmentos específicos de TIC's.

Igualmente un gobierno electrónico que conecte todos los municipios del Valle del Cauca con su capital, definirá los mecanismos para la promoción del comercio electrónico a través de Internet, diseñando incentivos para que las empresas implementen las TIC's en los diferentes eslabones de la cadena de producción, fomentando la actualización en TIC's del recurso humano vinculado a las empresas, y facilitando la implementación de las TIC's en las zonas de infraestructura estratégicas para el comercio internacional.

• Buenaventura

Es primordial impulsar la competitividad portuaria y el desarrollo integral de Buenaventura, gestionando ante el Gobierno Nacional y la Sociedad Portuaria mayores recursos como contraprestación a los ingresos generados por la operación de comercio internacional que en ella se realiza, destinándolos a programas de desarrollo social. En este sentido, el gobierno local adelanta la tarea de hacer de Buenaventura una ciudad que se desarrolle al ritmo del crecimiento del Puerto, con niveles de competitividad acordes con el resto del país y del mundo, pues el Departamento del Valle del Cauca está formado por subregiones con idiosincrasias distintas. De la misma manera se hacen énfasis particulares para las subregiones del norte, centro y sur teniendo en cuenta su vocación económica.

Hacer de Buenaventura una ciudad diferente en la que prime la inclusión antes que la segregación es una política concreta de la administración del departamento,

contemplada en su plan de desarrollo. Si bien es cierto que es sobre la rentabilidad que basa el ejercicio empresarial, también es sobre la responsabilidad social que se genera el desarrollo.

Pero no solo es Buenaventura la subregión que recibirá la atención del Gobierno departamental, también lo es el resto del Departamento en donde se tiene previsto adelantar acciones que van desde la creación de una Zona Económica Especial de desarrollo agropecuario del norte del Valle teniendo como eje fundamental además del desarrollo agropecuario el artesanal y turístico; se desarrollará la zona centro y sur del Valle del Cauca (Cali, Palmira y Yumbo) como zona industrial y de servicios aprovechando la fortaleza de la subregión en estos aspectos.

• **Ciencia, tecnología e innovación**

El sector de la Ciencia Tecnología e Innovación en el Valle del Cauca se han venido fortaleciendo en los últimos años y se cuenta con una excelente capacidad instalada de grupos y centros de investigación de alta competencia y el desarrollo en sectores estratégicos. El Valle del Cauca cuenta con 227 grupos de investigación reconocidos y escalafonados y 405 grupos de investigación registrados en plataforma Scienti, que representan el 7.8% y el 10% del total de grupos de investigación de Colombia. El 40.2 % de los grupos están en categoría A, el 36.4 % de los grupos están en categoría B y 16.7 % de los grupos están en categoría C y el 6.7 % de los grupos están reconocidos sin escalafonar.

• **Internacionalización de la economía**

En competitividad el Valle del Cauca debe promocionar la diversificación de la oferta productiva departamental, liderar las cadenas productivas identificadas en la agenda interna de competitividad, fortalecer las alianzas productivas entre los diversos sectores del desarrollo; promocionando la comercialización nacional e internacional de la producción Vallecaucana; Gestionando ante el gobierno Nacional, la promulgación normativa para la creación de una Zona Económica Especial para el norte del Valle del Cauca (ZEENV) y Zona Centro–Sur del Valle del Cauca (Cali, Palmira, Yumbo) nodo industrial y de servicios y promoviendo la oferta de servicios del Centro de Eventos Valle del Pacífico.

En el sector Industria y Comercio el crecimiento que han mostrado las exportaciones del Departamento en los últimos años da una señal de que los productos de comercio exterior del Valle han encontrado una gran aceptación en otros países. Sin embargo, los últimos acontecimientos en las relaciones con Venezuela y Ecuador y la situación económica de los Estados Unidos, presentan un panorama de incertidumbre por las inminentes consecuencias que pueden generar una baja en la producción y por consiguiente pérdida de empleos.

Con cifras a 2009, Proexport Colombia publicó un informe de exportaciones e inversión del Valle del Cauca, donde el primer eje mostró una contracción importante, como resultado de la coyuntura comercial con Venezuela y Ecuador que interrumpieron sus intercambios de comercio ante diferencias políticas de los gobiernos de turno.

- Eje Exportaciones

a) Exportaciones colombianas por departamento 2007 – Junio 2009

Cuadro 6. Exportaciones colombianas por departamento 2007 – Junio 2009

FOB US\$ Millones									
RANKING	DEPARTAMENTO MACROSECTOR	FOB 2007	FOB 2008	VAR % 2008- 2007	PART % 2008	ENE-JUN FOB 2008	ENE-JUN FOB 2009	VAR % 2009- 2008	PART % 2009
1	ANTIOQUIA	3.982.032.801	4.038.692.028	1,4%	10,7%	2.075.805.275	1.935.821.752	-6,7%	12,5%
2	BOGOTA	3.003.390.082	3.585.827.600	19,4%	9,5%	1.676.522.034	1.511.302.546	-9,9%	9,8%
3	CUNDINAMARCA	2.319.709.249	2.408.177.888	3,8%	6,4%	1.296.053.383	811.825.437	-37,4%	5,2%
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
6	VALLE DEL CAUCA	2.144.398.947	2.286.842.833	6,6%	6,1%	1.219.361.056	964.331.070	-20,9%	6,2%
N/A	MANUFACTURAS	937.741.398	1.049.669.161	11,9%	2,8%	541.081.857	419.223.310	-22,5%	2,7%
N/A	AGROINDUSTRIA	607.383.491	604.979.805	-0,4%	1,6%	323.515.342	305.900.207	-5,4%	2,0%
N/A	SERVICIOS	323.806.072	349.658.286	8,0%	0,9%	199.602.357	152.952.809	-23,4%	1,0%
N/A	PRENDAS DE VESTIR	160.608.230	152.545.937	-5,0%	0,4%	80.486.165	39.996.600	-50,3%	0,3%
N/A	TRADICIONAL	114.859.756	129.989.644	13,2%	0,3%	74.675.335	46.258.144	-38,1%	0,3%
	OTROS DEPARTAMENTOS	18.541.800.920	25.306.341.716	36,5%	67,3%	12.794.640.070	10.257.423.990	-19,8%	66,3%
	EXPORTACIONES TOTALES	29.991.332.000	37.625.882.065	25,5%	100,0%	19.062.381.819	15.480.704.795	-18,8%	100,0%

Fuente: DANE - Cálculos: Proexport

En 2008 las exportaciones totales del departamento Valle del Cauca totalizaron US\$ 2.286 millones, creciendo 6,6% con respecto a 2007 (US\$ 2.144 millones); incremento inferior en 18,9%, al de las exportaciones totales del país.

Entre enero y junio 2009, las exportaciones del departamento fueron US\$ 964,3 millones, cifra 20,9% menor a los resultados del mismo período de 2008 (US\$

1.219,7 millones), ésta disminución fue mayor en 2,1% a la reportada por el total de ventas al exterior colombianas -18,8%.

Durante 2008, 94,3% de las exportaciones vallecaucanas correspondió a productos no tradicionales (US\$ 2.156,8 millones), mientras que el 5,6% restante, a ventas internacionales de bienes tradicionales (US\$ 129,9 millones). En el primer semestre de 2009 ésta concentración se mantuvo, los productos no tradicionales representaron 95,2% (US\$ 918 millones) y los tradicionales representaron 4,8% (US\$ 46,2 millones).

En 2008 las exportaciones tradicionales fueron US\$ 129,9 millones, evidenciando un crecimiento igual a 13,2% con respecto a 2007 (US\$ 114,8 millones). Los cafés sin tostar, sin descafeinar con ventas al exterior por US\$ 119,5 millones presentaron la mayor participación (92%) dentro de las exportaciones tradicionales vallecaucanas en 2008. Entre enero y junio de 2009, dicho producto se mantuvo como el más importante de las exportaciones tradicionales con US\$ 40 millones y una participación igual a 86,4%.

Las exportaciones no tradicionales del Valle del Cauca crecieron 6,3% en 2008 con respecto al año anterior (US\$ 2.029,5 millones), alcanzando un valor de US\$ 2.156,8 millones. Entre enero y junio de 2009, al comparar con el mismo período de 2008, se observa un decrecimiento de 19,8% tras pasar de US\$ 1.144,6 millones a US\$ 918 millones.

En 2008 manufacturas ostentó una participación de 45,9% sobre las exportaciones del departamento, seguido por agroindustria con 26,4%, servicios 15,2%, prendas de vestir 6,6% y las exportaciones tradicionales con 5,6%.

Durante el primer semestre de 2009 manufacturas se mantuvo como el primer macrosector con una participación igual a 43,7%, agroindustria fue segundo con 31,7%, servicios se ubicó tercero con participación de 15,8%, prendas de vestir participó con 4,1% y las exportaciones tradicionales pesaron 4,8%.

Durante 2008 para el macrosector prendas de vestir los principales productos exportados fueron: Bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado o cuero charolado con ventas por US\$ 17,7 millones y participación de 11,6%; y suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de punto, de las demás fibras sintéticas con exportaciones por US\$ 14,2 millones y una participación de 9,3%.

Entre enero y junio de 2009 los principales productos exportados de prendas de vestir fueron: Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de punto, de las demás fibras sintéticas con US\$ 5,2 millones y participación de 13%; y bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado o cuero charolado con exportaciones por US\$ 3,9 millones y participación igual a 9,8%.

b) Exportaciones del Valle del Cauca por destino 2007- Mayo 2009

Cuadro 7. Exportaciones del Valle del Cauca por destino 2007- Mayo 2009

FOB US\$ Millones								
PAÍS DESTINO	FOB 2007	FOB 2008	VAR % 2008-2007	PART % 2008	ENE-JUN FOB 2008	ENE-JUN FOB 2009	VAR % 2009-2008	PART % 2009
VENEZUELA	494.998.748	532.071.420	7,5%	23,3%	260.374.747	216.695.486	-16,8%	22,5%
ECUADOR	268.806.326	332.536.491	23,7%	14,5%	167.770.571	122.044.735	-27,3%	12,7%
ESTADOS UNIDOS	280.431.242	297.525.801	6,1%	13,0%	167.181.148	127.774.209	-23,6%	13,3%
PERU	193.968.118	205.115.783	5,7%	9,0%	113.824.781	96.854.578	-14,9%	10,0%
CHILE	80.358.288	109.607.435	36,4%	4,8%	56.069.027	49.505.679	-11,7%	5,1%
SUBTOTAL TOP 5	1.318.562.721	1.476.856.930	12,0%	64,6%	765.220.274	612.874.687	-19,9%	63,6%
OTROS	825.836.226	809.985.903	-1,9%	35,4%	454.140.782	351.456.383	-22,6%	36,4%
TOTAL	2.144.398.947	2.286.842.833	6,6%	100,0%	1.219.361.056	964.331.070	-20,9%	100,0%

Fuente: DANE - Cálculos: Proexport

El principal destino de exportación del Valle del Cauca en 2008 fue Venezuela, mercado al cual se exportaron US\$ 532 millones, cifra 7,5% mayor a la reportada durante 2007 (US\$ 494,9 millones). Entre enero y junio de 2009 las exportaciones a Venezuela totalizaron US\$ 127,7 millones y reportaron un decrecimiento igual a 16,8% frente al mismo período de 2008 (US\$ 260,3 millones).

El segundo destino de las exportaciones del Valle del Cauca durante 2008 fue Ecuador con exportaciones por US\$ 332,5 millones, monto 23,7% superior al registrado en 2007 (US\$ 268,8 millones).

La dinámica exportadora local, vista por sectores económicos, indica que exceptuando el minero, los demás registraron descensos generalizados, especialmente en pesca cuya caída llegó al 93,7%. Debido a la representatividad que tiene la desaceleración en las exportaciones del sector industrial se convirtieron en el hecho más relevante de las ventas hechas al exterior al caer en 10%.

Cuadro 8. CIU

				Valor FOB (miles de dólares)	
CIU	Descripción	2008 P	2009P	Variación porcentual	Participación porcentual
Total		2.156.853	1.940.638	-10,0	100,0
17	Fabricación de productos textiles	25.349	16.575	-34,6	0,9
18	Fabricación de prendas de vestir; preparado y tejido de pieles	75.282	44.491	-40,9	2,3

Fuente: DIAN- DANE. Cálculos DANE P: Provisional

En el sector industrial se presentó una reducción en las ventas externas del orden de los U\$1,9 miles de millones frente a los U\$2,1 miles de millones del año 2008. La justificación de esta caída se explica, principalmente, por la desaceleración en el monto vendido en industrias de gran peso como papel y cartón, sustancias y productos químicos, productos metalúrgicos y maquinaria y equipos eléctricos; en particular esta última que obtuvo la mayor caída con 34,8%.

De lo anterior, se puede establecer que, para el departamento del Valle, las restricciones comerciales con Ecuador y Venezuela influyeron negativamente en las ventas hacia estos países (Banco de la República, marzo 2010).

Debido a que los socios comerciales andinos registraron caídas en el monto de compras hechas al departamento, países como Estados Unidos (14,7%), Chile (5,9%) y México (4,0%) se convirtieron en los más importantes para el Valle durante el año 2009.

Cuadro 9. Comportamiento de socios comerciales de Colombia año 2008 - 2009

Países de destino	2008 ^P	2009 ^P	Valor FOB (miles de dólares)	
			Variación porcentual	Participación porcentual
Total	2.156.853	1.940.638	-10,0	100,0
Venezuela	530.162	398.461	-24,8	20,5
Estados Unidos	266.277	285.902	7,4	14,7
Ecuador	331.841	256.603	-22,7	13,2
Perú	205.021	194.858	-5,0	10,0
Chile	109.151	114.358	4,8	5,9
México	65.714	77.035	17,2	4,0
Brasil	68.505	63.023	-8,0	3,2
Panamá	53.443	56.318	5,4	2,9
Haití	18.919	39.546	109,0	2,0
Costa Rica	33.158	37.097	11,9	1,9
Otros países	474.662	417.436	-12,1	21,5

Fuente: DIAN- DANE.
Cálculos DANE
P: Provisional

• Eje Inversión

a) Inversión Neta en el Valle del Cauca.

La inversión neta en sociedades registró una leve caída en 2009, al pasar de \$455.787 millones en 2008 a \$455.256 millones en 2009 (-0,1%). Cabe resaltar, el notorio aumento de la inversión neta en el sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura al pasar de -\$866 millones en 2008 a \$29.889 millones en 2009. Otros

sectores que sobresalieron fueron los de electricidad, gas y agua (136,1%); comercio (16,3%), y actividad inmobiliaria, empresarial y alquileres (10,7%).

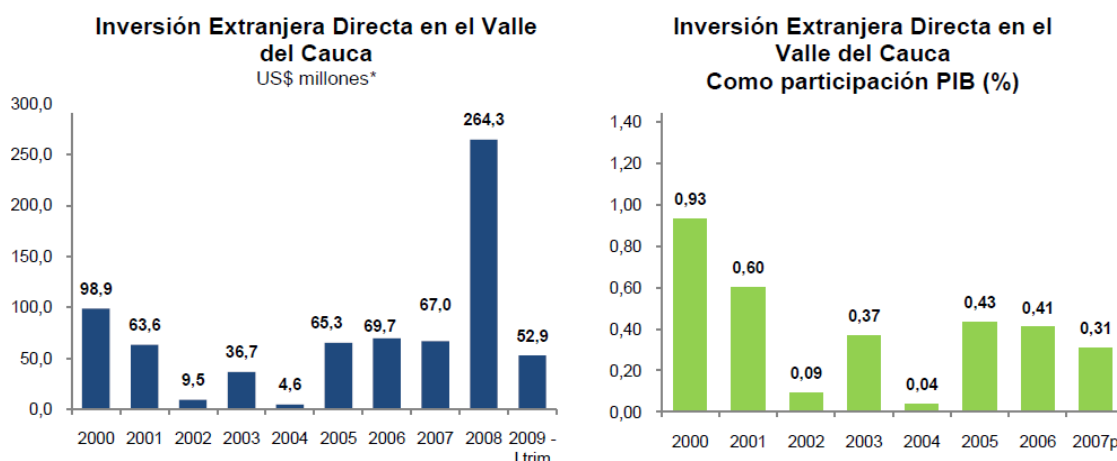
Por su parte, los sectores que más cayeron en inversión neta durante 2009 son: intermediación financiera (35,8%); servicios (20,6%), y transporte, almacenamiento y comunicación (19,5%).

Pese a lo anterior, los inversionistas tanto nacionales como extranjeros mantienen su confianza por invertir en la capital del Valle del Cauca, dada su ubicación geográfica, el mejoramiento de la infraestructura logística con la construcción del Centro de Eventos Valle del Pacífico, la creación de la agencia de inversión extranjera y el mejoramiento de la infraestructura vial y su proximidad al mayor puerto de comercio exterior, como lo es Buenaventura.

b) Inversión extranjera directa en el Valle del Cauca

La Inversión Extranjera Directa (IED) en el Valle del Cauca presenta unos flujos positivos e importantes para el país, en el 2005 la empresa cervecera SabMiller invirtió US\$ 4.715 millones a través de la fusión con la cervecera más importante del país BAVARIA S.A. En el 2008 se presentó un flujo de IED por un monto de US\$ 264,3 millones y en 2009 hasta el primer trimestre, la IED asciende a US\$ 52,9. La IED realizada en el Valle del Cauca como participación de su PIB se sitúa entre el 0,04% al 0,93%, para el 2007 esta fue de 0,31%, esta inversión contrasta con la nacional que participa con un 4,4% en el PIB nacional durante 2007 y 2008.

Gráfico 22. Inversión extranjera directa en el Valle del Cauca

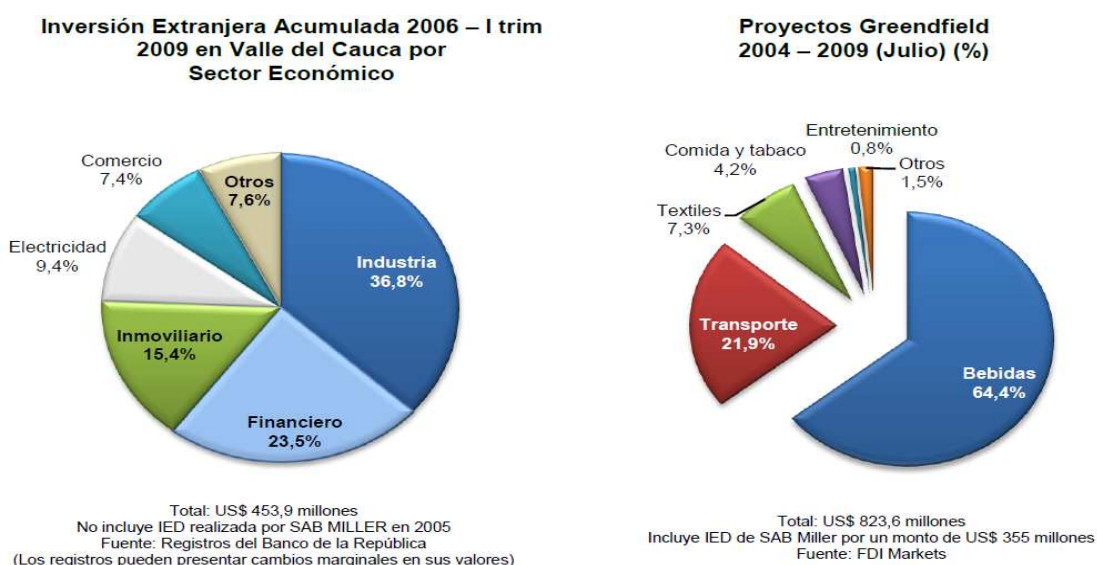


*El monto de IED puede variar marginalmente por correcciones en los registros del Banco de la República.
No incluye IED realizada por SAB MILLER en 2005 por presentar un monto de US\$ 4.715 millones

Fuente: Banco de la República, Colombia

La IED acumulada durante 2006 – I trim 2009 realizada en el Valle del Cauca se concentra principalmente en el sector de la industria con un 36,8% del total acumulado, 23,5% en el sector financiero y 15,4% en el sector inmobiliario. Los principales proyectos Greenfield realizados durante 2004 a 2009 (Julio) se concentraron en el sector de bebidas con un 64,4% del total invertido en proyectos Greenfield; 21,9% en el sector transporte y 7,3% en el sector textiles.

Gráfico 23. Inversión extranjera acumulada y proyectos Greenfield



Fuente: Banco de la República, Colombia

4.3.1.2 Composición del mercado del Valle del Cauca. Colombia está en un proceso de apertura hacia el capital foráneo de largo plazo. Indicadores de rentabilidad e incentivos legales han generado un incremento en la IED de la región. Indicadores que señalan la buena dinámica del mercado del Valle del Cauca son la participación en el mercado del Valle de empresas foráneas con un 100% de capital foráneo; empresas foráneas que deciden realizar fusiones con empresas colombianas; y el número proyectos nuevos (proyectos Greenfield), El Valle del Cauca es una de las regiones que presenta un gran atractivo para la IED debido a su ubicación geográfica, clima y cultura. Según la muestra empresarial de la Superintendencia de Sociedades, de un total de 2.179 empresas establecidas en el Valle 184 son extranjeras, 15 son mixtas (capital extranjero y capital local) y 1.980 son locales. Por tanto, alrededor del 9,1% de las empresas del Valle presentan composición de capital extranjero. El indicador de rentabilidad Utilidad Bruta / Ingresos Operacionales (U.B / I.O) para las empresas extranjeras establecidas en el Valle del Cauca es de 19,2% en el 2008, lo que implica que en promedio por cada Col\$ 100 que ingresan, Col\$ 19,2 son de Utilidad Bruta. Este indicador está por debajo del generado por empresas locales en la región, el cual

asciende a 24,9%. Las empresas mixtas presentan un indicador de 27,2%, el cual es superior al de las empresas foráneas de la región, estas participaciones reflejan un proceso de aprendizaje recíproco entre empresarios colombianos y foráneos.

Cuadro 10. Empresas en el Valle del Cauca según nacionalidad, 2008

Nacionalidad	Número de empresas	Participación (%)	U.B / I.O (%)
Colombianas	1.980	90,9	24,9
Extranjeras	184	8,4	19,2
Mixtas	15	0,7	27,2
Total Valle del Cauca	2.179	100,0	25,6

U.B / I.O: Razón Utilidad Bruta / Ingresos Operacionales.

Fuente: Superintendencia de Sociedades, Cálculos Proexport

El Valle del Cauca al igual que Antioquia puede ser tomado como región representativa del país. Los indicadores de rentabilidad y la participación de las empresas extranjeras y mixtas son similares a los que presenta Colombia. En Colombia la participación de las empresas extranjeras en el total de las empresas que realizan sus actividades en Colombia es del 13,8%, las empresas mixtas participan con un 1,7% y las colombianas con un 84,5%. El indicador de rentabilidad U.B / I.O para el conjunto de empresas extranjeras que producen en Colombia es de 30,7%, ligeramente superior al 25,6% mostrado por las empresas extranjeras que producen en el Valle del Cauca. Este indicador para las empresas mixtas en Colombia es del 31,7%, mientras las empresas mixtas ubicadas en Valle del Cauca señalan un 22,8%.⁶¹

Cuadro 11. Empresas en Colombia según nacionalidad 2008

Nacionalidad	Número de empresas	Participación (%)	U.B / I.O (%)
Colombianas	18.162	89,2	25,6
Extranjeras	597	2,9	25,3
Mixtas	1.604	7,9	22,8
Total Colombia	20.363	100,0	29,0

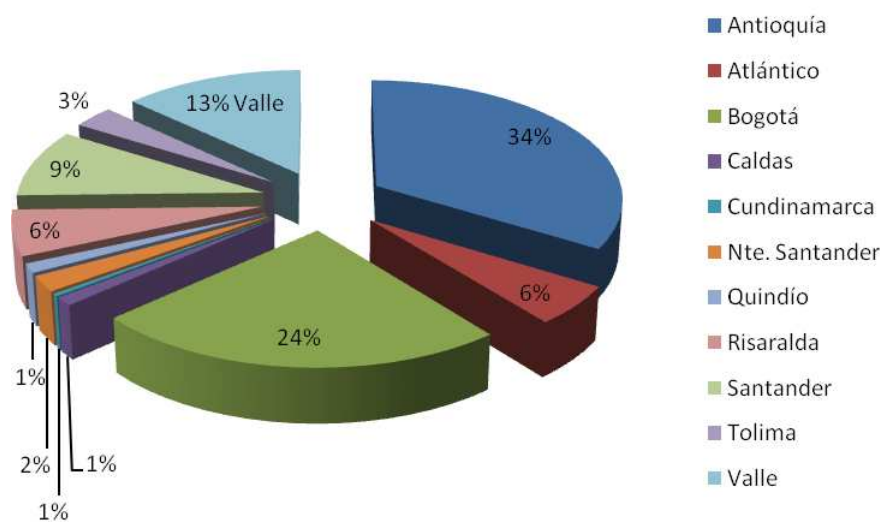
U.B / I.O: Razón Utilidad Bruta / Ingresos Operacionales.

Fuente: Superintendencia de Sociedades, Cálculos Proexport

⁶¹ Informe de Exportaciones, Inversión y Turismo del Valle del Cauca, Proexport, Agosto 2009

Aunque no somos el departamento más fuerte del país en el sector de la cadena Fibras, Textil, Confección, los principales indicadores de este nos muestran como de las principales regiones para la producción de prendas de vestir, donde el primer departamento es Antioquia, seguido por Bogotá, y en tercer lugar el Valle del Cauca.

Gráfico 24. Número de establecimientos de confecciones por departamento



Fuente: BPR Benchmark | Reportes Sectoriales 2009.

a) Indicadores de Competitividad del Valle del Cauca

Cuadro 12. Indicadores de competitividad del Valle del Cauca sector textil.

INDICADOR	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tasa de apertura Exportadora TAE (%)	19.57	22.26	21.16	19.24	26.71	28.06	32.16
Tasa de Penetración de Importaciones TPI (%)	19.54	21.02	19.83	21.53	32.25	31.35	40.75
Indice de Productividad Laboral IPL	101. 17	102. 04	115. 53	105. 56	116. 83	109. 06	114.79
Indice de Remuneración por horas IRH	151.72	175.41	180.52	219.03	198.41	202.33	165.77
Indice de Costo Laboral Unitario ICLU	149.18	171.01	.55.37	206.42	168.94	184.56	143.66

Fuente: DANE; Observatorio de Competitividad del Valle del Cauca (2006)

b) Indicadores de Competitividad del Valle del Cauca

Cuadro 13. Indicadores de competitividad del Valle del Cauca sector prendas de vestir

INDICADOR	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tasa de apertura Exportadora TAE (%)	13.48	17.24	13.73	10.49	11.98	17.74	17.82
Tasa de Penetración de Importaciones TPI (%)	1.56	2.3	1.46	1.69	1.98	2.03	2.2
Indice de Productividad Laboral IPL	74.71	83.07	113.91	118.33	146.7	127.1	164.8
Indice de Remuneración por horas IRH	150.5	179.9	187.14	239.14	217	212.5	188.41
Indice de Costo Laboral Unitario ICLU	193	207.3	157.25	193.44	141.5	160	109.43

Fuente: DANE; Observatorio de Competitividad del Valle del Cauca (2006)

Con respecto al grado de globalización de la industria estos criterios se miden separadamente desde el punto de vista de los textiles y las prendas de vestir. El primer indicador utilizado es la Tasa de Apertura Exportadora (TAE) que en el caso de los textiles pasó de 10,73% en 1996 a 32,16% del año 2006. Este indicador no expresa necesariamente un crecimiento de las exportaciones, sino la manera en que se distribuyen las ventas totales del subsector textil.

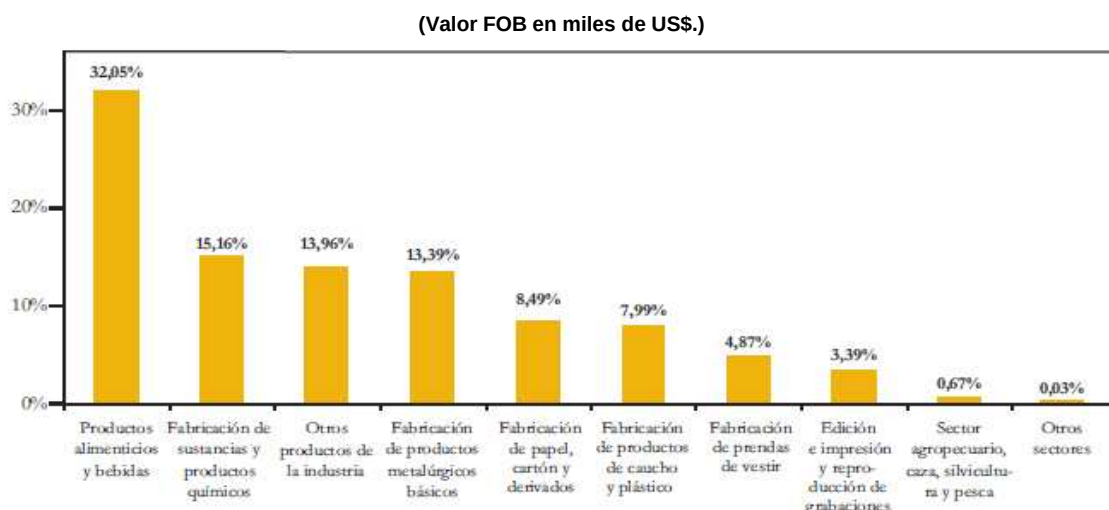
En cuanto a la Tasa de Penetración de las Importaciones (TPI) del sector textil pasó de 3,97% en el año 1.996 a 40,75% en el año 2006. Esto quiere decir que el sector de los textiles ha entregado el 40% del mercado local a proveedores extranjeros.

En lo referente a las prendas de vestir este sector ha sido menos sensible a la globalización. La Tasa de apertura Exportadora (TAE) en el primer semestre del 2000 era de 13.48% en tanto que para el año 2006 este indicador era de 17,82%, es decir que el sector a lo largo de seis años solo ha logrado cuatro puntos adicionales de las ventas en exportaciones.

En cuanto a la Tasa de Penetración de Importaciones (TPI) pasó de 1.56% en el año 2000 a 2,20% en el 2006. Esto quiere decir que el sector de prendas de vestir ha podido defenderse mejor de la competencia extranjera que el sector de los textiles. Este escenario sectorial se complementa con la fuerte disminución en la inversión lo que ha afectado el proceso de innovación y modernización tecnológica, restando así competitividad a los textiles y confecciones vallecaucanas en los mercados mundiales. El Valle del Cauca se destaca por un grado de internacionalización de su economía más avanzado que el de la mayoría de los departamentos del país, sobre todo por la diversificación de sus exportaciones e importaciones.

Sin embargo, el sector de las confecciones aun tiene un gran espacio por recorrer. Como veremos en el siguiente gráfico la participación del sector confecciones en las exportaciones no tradicionales del Valle del Cauca a 2006, fue solo del 4.87%

Gráfico 25. Participación sectorial en las exportaciones no tradicionales del Valle del Cauca, 2006



Fuente: Banco de la República; DANE, Informe de coyuntura económica regional departamento del Valle del Cauca, primer semestre de 2006.

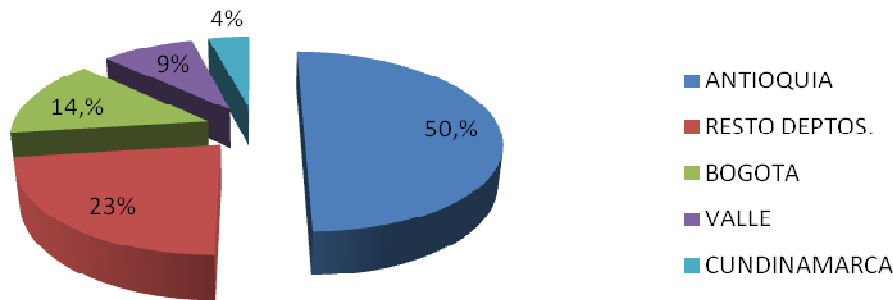
Sin contar la producción de algodón, la producción de bienes de la cadena textil-confección está altamente concentrada en Antioquia y Bogotá con una participación de 52,2% y 30,1% respectivamente. Antioquia es particularmente fuerte en la producción de tejidos planos de algodón y sus mezclas, ropa de algodón en tejido de punto y tejidos de punto de fibra artificial y sintética. Por su parte, Bogotá se dedica principalmente a la producción de fibras artificiales y sintéticas, hilados de lana y tapices y tapetes de lana, eslabones en los cuales la región aporta el total de la producción nacional.

Aunque con participaciones mucho menores, los departamentos de Valle del Cauca (con el 5,6%), Risaralda (con el 3,6%), Atlántico (con el 2,9%) y Tolima (con el 2,7%) también son importantes centros de producción de bienes de la cadena textil-confección.

Más del 66% de la producción del Valle del Cauca en este sector se concentra en ropa de algodón en tejidos planos y tejidos planos de fibra artificial y sintética. Atlántico, en cambio, se dedica principalmente a la producción de artículos de algodón, excepto prendas de vestir-mientras que Risaralda se especializa en la producción de confecciones de fibras artificiales y sintéticas y de hilados de fibras

sintéticas. La mayor parte de la producción del Tolima se concentra en ropa de algodón de tejidos planos.⁶²

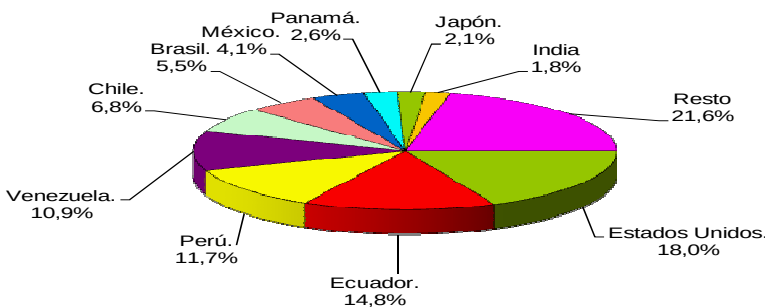
Gráfico 26. Exportaciones por departamento



Fuente: BPR Benchmark | Reportes Sectoriales 2009.

En realidad, las exportaciones colombianas compiten mucho más con productos de terceros países que con los productores locales en los mercados de nuestros principales socios comerciales. Así, en la medida en que otros países proporcionen estímulos bien diseñados en el marco de una política industrial moderna y completa, los exportadores colombianos estarán en cierta desventaja si no cuentan con apoyos similares. Por supuesto, esos estímulos o subsidios siempre pueden ser contrarrestados mediante una mayor productividad y eficiencia, pero competir en estas condiciones con países como los del sudeste asiático, que en ciertos sectores fijan las pautas, es muy difícil.⁶³

Gráfico 27. Principales destinos de exportación del Valle del Cauca



Fuente: DIAN-DANE Noviembre de 2010.

⁶² Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad Documento sectorial, Algodón, fibra, textil y confecciones Departamento Nacional de Planeación Bogotá, agosto de 2007

⁶³ Ibíd. Pág. 353

Como lo hemos venido mencionando, a mediados del 2009, Venezuela interrumpió el comercio bilateral con Colombia.

Los textiles y las confecciones fueron excluidos de la lista de productos preferenciales y las ventas a Venezuela se encarecieron, al pasar a la tasa de cambio paralela, tres veces superior a la tasa oficial. En el 2008 se vendieron más de US\$1.200 millones de dólares a Venezuela, en conjunto para los sectores de textiles y confecciones. En cambio, en el 2009, se facturaron tan sólo US\$575 millones, una reducción del 41.9% en el caso de textiles y del 68.8% en el de confecciones.

Sin embargo, el inicio del 2010, trajo algunas señales positivas para los sectores de textiles y confecciones.

Por ejemplo, la contracción presentada desde inicios de 2008 tocó fondo y se evidencia un cambio de tendencia. En efecto, las menores tasas de crecimiento del índice de producción durante 2009 se registraron en el mes de septiembre, cuando el sector de textiles decreció a una tasa del 15% y el de confecciones a una del 23.3%. Pero, para el mes de enero de 2010, las caídas algo se habían atenuado: -10.7% para el sector de textiles y -16.6% para el sector de confecciones.

Existen indicios que sugieren el inicio de la recuperación de estos sectores de textiles y confecciones, después de dos años de contracciones. La alta dependencia de las exportaciones hacia Venezuela, que le permitió al sector crecer de forma vigorosa hasta comienzos de 2008, hizo que el sector fuera especialmente vulnerable a la reversión del comercio con el vecino país. Por ello, se hace necesario buscar nuevos destinos de exportación y profundizar aquellos en los cuales es posible obtener un mayor valor agregado. Esto hará que el sector tenga una verdadera transformación productiva y que emerja de estos años tan difíciles con una nueva cara.⁶⁴

Para que los estímulos de los países exteriores sean contrarrestados, es necesario que la acción del Estado se vea complementada por la iniciativa del sector privado para explotar y sacar partido a las oportunidades que ofrece el mercado internacional y nacional. Las transformaciones tecnológicas e institucionales que han venido modificando la geografía económica, no deben constituir un impedimento para el desarrollo económico sino el gran desafío a enfrentar. Dicho ámbito requiere de habilidad y creatividad para diseñar y aplicar estrategias que conduzcan a una participación no marginal de nuestra economía

⁶⁴ Periódico la Republica. <http://www.larepublica.com.co/archivos/OPINION/2010-04-06/textiles-y-confecciones-balance-2009-y-perspectivas-201097081.php>. Consultado el 20 de Abril de 2010.

en el sistema de producción internacional, bajo modalidades de asociación, subcontratación, especialización y conformación de alianzas estratégicas con firmas globales para operar como estaciones en el concepto de fábrica dispersa o, alcanzando y consolidando nichos para series menores en los mercados que aprovechen los espacios no copados por la firma global.

5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Con el diagnóstico realizado del sector de la confección mediante la revisión de las cifras disponibles y el análisis de algunos de los principales indicadores macroeconómicos del Valle del Cauca y su desempeño nacional, se estudiaron los principales ejercicios nacionales y regionales, que sobre la promoción de la transformación productiva para la competitividad del país, se han venido adelantando en los últimos años. Esto permitió sintetizar los principales factores competitivos que a nuestra consideración, pueden y deben ser aprovechados por el sector de la confección y en algunos casos ser impulsados para mejorar el desempeño sectorial dentro de la economía regional y nacional, buscando su mejor inserción en los mercados internacionales, para que lo conviertan en motor de desarrollo regional; teniendo como premisa que si se es competitivo, la población debe percibir iguales beneficios en su calidad de vida.

El sector de la confección pertenece a una de las cadenas industriales más largas y complicadas, en el que se evidencia que es un sector fragmentado y heterogéneo. El subsector demanda tres usos finales⁶⁵:

- Confección de prendas de vestir (43,5%)
- Textil, ropa de hogar (33%)
- Aplicaciones industriales y técnicas (23,5%)

Al ser una importante fuente de empleo manufacturero en las economías modernas, se constituye en una fase crítica del proceso de industrialización de los países en vía de desarrollo por lo cual se debe ampliar los procesos de internacionalización y de penetración en nuevos mercados, esta acción se puede complementar mediante la diversificación de productos del sector y la penetración más fuerte en mercados ya existentes como el Europeo y el americano, del mismo modo se evidencia la necesidad de compensar la pérdida del mercado Venezolano, debido a la crisis que se vive en este país mediante la penetración en mercados con oportunidad como el Mexicano o el centro americano que por su cercanía puede generar una ventaja en términos de costos y en términos de diferenciación de los productos Colombianos frente a los productos de estos mercados.

En la actualidad la cadena presenta grandes volúmenes, bajos precios y tiempos de respuesta mínimos, como unas de sus dimensiones más significativas lo cual genera un incremento en la dimensión del diamante local de competitividad, estableciendo un mayor atractivo para la inversión local y externa, que debe ser orientada para la generación de valor agregado a largo plazo mediante el empleo

⁶⁵ El clúster de la cadena F/T/C, visión y escenarios. Bogotá: Cidetexco.

de tecnología, el uso de procesos adecuados de gestión, la implementación de políticas de investigación y desarrollo orientadas al sector, la gestión gremial y empresarial que permitan el beneficiarse de las oportunidades de mercado que puedan generar la firma de los diferentes acuerdos comerciales de Colombia con diferentes países a nivel mundial.

El comercio de esta cadena presenta a China como líder mundial y a los países de Asia como Turquía, como principal proveedor para Europa; mientras que Bangladesh y Vietnam surgen como nuevos actores.

El sector es dominado por las grandes marcas, generadoras de tendencias, con prendas muy exclusivas y la democratización del lujo, las cuales se desenvuelven en países desarrollados. Estas combinan procesos sistematizados y altas tecnologías con el recurso humano en actividades de alto valor agregado.

La industria genera gran especialización en mercadeo y la comercialización de prendas para todos los segmentos y nichos del mercado, además, su competitividad radica en flujos de información, integración en cadenas de valor hacia atrás y redes de distribución propias.

5.1 FACTORES COMPETITIVOS DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN EN EL VALLE DEL CAUCA

El Valle del Cauca debe encaminarse en forma definitiva hacia la búsqueda de caminos promisorios para la economía vallecaucana que permitan a los bienes y servicios de la región posicionarse y competir con propiedad en los diferentes escenarios del comercio mundial. El Departamento requiere inyectar mayores niveles de capital que permitan sostener altos ritmos de crecimiento económico en el largo plazo. Uno de los caminos que tiene una región para impulsar su desarrollo económico es a través de la generación de confianza y credibilidad que incentive a los inversionistas nacionales o extranjeros, para establecer sus capitales en ella.

En el ámbito económico la relación existente entre crecimiento económico, reflejado en la variación positiva del PIB, y el bienestar económico, caracterizado por la distribución de esta riqueza reflejan una ampliación de la riqueza pero un rezago en la equidad en la cual esta se distribuye entre los habitantes, este factor cuenta con varios determinantes, entre ellos podemos contar el alto grado de atracción poblacional que existe en el Valle y en especial en su capital Cali, lo cual disminuye sustancialmente el PIB per cápita y exige una mayor dedicación de recursos públicos hacia la población más vulnerable. Según el censo 2005 el 15.57% de la población del Valle está en condición de pobreza (medida por Necesidades Básicas Insatisfechas) y el grado de absorción de mano de obra por parte del sector productivo es cada vez menor con lo cual a la pobreza se le suma la problemática del desempleo y deja como efecto colateral la informalización de la

mano de obra como fuente alternativa de generación de ingresos a bajos niveles de competitividad.

En este panorama es necesario tener en cuenta que la competitividad moderna está basada en la productividad y ésta se encuentra relacionada con la manera como compiten las empresas, más que en qué mercados. Por lo tanto los factores de informalidad, desempleo y pobreza generan condiciones adversas al panorama competitivo de las empresas afectando la capacidad adquisitiva del mercado, el grado de formación de la mano de obra y la aparición de factores sociales que puedan disminuir la inversión tanto nacional como externa.

Desde una óptica interna las empresas pueden ser altamente productivas, sin importar el sector y las condiciones socio económicas de su entorno si emplean sofisticados métodos de gestión, usan tecnología avanzada y ofrecen productos y servicios diferenciados. De ello se deriva que la estandarización en la producción (en este contexto estandarización es utilizada como el uso de técnicas similares de marketing, producción, distribución), no propone ni la recomposición, ni la mejora de la calidad del contenido ocupacional, pero sí en algún momento, el resultado buscado es la normalización de dicho contenido, por lo cual no se debe seguir insistiendo en hacer lo mismo para buscar un resultado diferente. Con relación a la sofisticación de los métodos, estos dependen de la calidad del entorno empresarial, pero este también puede entorpecer la competitividad, puesto que el entorno en el cual se mueva el sector resulta ser clave del desarrollo del mismo; canales adecuados de distribución, capital humano especializado, maquinaria y tecnología de punta, políticas gubernamentales, ambiente político, etc. Por ello, las empresas que componen la cadena productiva deben presentar planes estratégicos y específicos de reconversión industrial para sobrevivir en el sistema económico global que se fortalece en los mercados internacionales. Para visualizar esto en el sector de confecciones, se expondrá desde la teoría de Michael Porter, los aspectos más relevantes acontecidos en este sector en el Departamento del Valle del Cauca.

El Valle del Cauca debe consolidarse con estándares mundiales como la principal plataforma de comercio internacional del Pacífico Colombiano con una oferta exportable de alto valor agregado asociado a las potencialidades que tiene el Valle como Bioregión. Para que esta apuesta se materialice, el Departamento tiene claro que debe aprovechar al máximo la ventaja de contar con el Puerto de Buenaventura y desarrollar capacidades para agregarle valor a su vocación agroindustrial.

La región tiene el reto de fortalecerse como polo de desarrollo productivo y como principal enlace de los corredores comerciales de Colombia con la cuenca del Pacífico, por medio de la conectividad vial, marítima, aérea, férrea, logística y el fortalecimiento de la capacidad energética.

El Departamento dispone de una de las plataformas más competitivas del país:

- Una importante Red de Aeropuertos: Dos internacionales y tres regionales.
- La mejor red vial del país (8.230 Km. pavimentados).
- Red de telecomunicaciones que incluye móvil, fija, satelital y fibra óptica.
- Servicios públicos, con altas coberturas cercanas al 100%.
- Cuenta con un puerto que es vital para el desarrollo de Colombia
- Una red de universidades de alto desempeño en los campos de investigación
- La existencia de gremios productivos de alta influencia y reconocimiento tanto social como económico
- Una logística de distribución de altos estándares

Ventajas competitivas del Puerto de Buenaventura:

- Mueve el 48% de la carga del país (9,7 millones de toneladas por año).
- Único puerto marítimo polivalente de Colombia con muelles especializados en contenedores, gráneles sólidos y líquidos, y multipropósito.
- Siendo una región transformadora de materias primas, importa insumos y exporta valor agregado a los mercados internacionales.

5.2 TENDENCIAS DEL SECTOR PRODUCTIVO DE LA REGIÓN

No obstante todo lo anterior, las tendencias del sector productivo de la región, presentan un enfoque muy contrario a la tradición empresarial que caracterizó al Valle del Cauca desde su creación, y sobre las cuales se ha identificado que se debe hacer mayor énfasis en el programa de transformación productiva.

- Presenta alta concentración de la producción en el sector servicios:

Los sectores primario y secundario han venido perdiendo participación de manera sistemática durante los últimos años, frente al sector servicios, el cual ha venido generando una alta demanda de mano de obra provocando un desplazamiento de trabajadores no calificados.

Por otra parte el difícil acceso a los créditos para el público en general, ante las rigurosas exigencias de rentabilidad y garantías, disminuyen las posibilidades a quienes presentan proyectos de negocios pequeños, como los que se presentan para el sector de las confecciones, los cuales terminan por acceder a muy bajas cantidades de capital para iniciar un negocio con un alto riesgo de liquidación en el corto plazo. Así mismo, las necesidades de reconversión en la industria que reclaman grandes inversiones, solo quedan factibles para las grandes empresas que tienen el suficiente músculo financiero para el apalancamiento, pero las pequeñas industrias asumen unas altas cuotas derivadas del riesgo que representan sus créditos, de ahí que las grandes inversiones en este aspecto las han seguido haciendo las empresas grandes y tradicionales de la región,

impidiendo que se avance en la creación de una cultura exportadora, que aumente la oferta exportable de la región.

- Disminución de la diversidad agroindustrial de la región:

El desplazamiento de cultivos tradicionales como el del café, e incluso el algodón, importante para el encadenamiento productivo del sector confección es una muestra del poder del cultivo de la caña y los encadenamientos industriales asociados a su desarrollo en la construcción del sistema sociocultural vallecaucano. Dicho proceso de concentración productiva encarece la tierra y los costos asociados a su producción, excluyendo sin pretenderlo a los pequeños productores, que en otras épocas alimentaban la evolución de la cadena de confecciones colombiana.

- Disminución de proyectos empresariales de envergadura:

Si bien el programa de transformación productiva que adelanta el gobierno nacional, ha identificado algunos sectores con alto potencial de crecimiento, solo algunos de ellos relacionados con altas tasas de rentabilidad asociadas a la industria tradicional han podido fortalecerse, por lo cual muchos de los otros sectores promisorios carecen del interés inversionista, necesario para la generación de nuevos e importantes proyectos.

- Predominio del recurso humano con bajo perfil en competencias

Los altos costos asociados a la educación superior de calidad, han debilitado la generación de competencias en la fuerza laboral de la región. Como consecuencia, un alto porcentaje de la población (más del 70%) cuenta con estudios de bachillerato y los demás componentes se hacen menores en los rangos de más de 16 años de estudio. Precisamente, en la educación media es donde se presentan los más altos niveles de deserción, consecuencia de la obligación persistente de abandonar los estudios para trabajar y contribuir en la manutención del hogar. Además, un muy bajo componente técnico y tecnológico y un escaso grupo de profesionales con posgrado. A eso se añade un alto componente de profesionales en el área económica y administrativa en contraposición con una muy baja población profesional en ciencias básicas.

Adicionalmente, el sector productivo, muestra cada vez menos capacidad de absorber esta mano de obra, tanto calificada como no calificada, impidiendo que se formulen nuevas estrategias en oferta educativa, que atienda las necesidades del sector real.

- Graves problemas de gestión pública

La pérdida de liderazgo regional y local está fuertemente relacionada con la gestión pública la cual se ha caracterizado por recientes gobiernos en los cuales han existido graves problemas financieros, atrasos en temas de infraestructura local y disminución en la gestión de sus líderes ante entes nacionales entre otros.

- Sector ampliamente conformado por Mipymes:

Aunque creemos que las pequeñas y medianas empresas son un importante eje de desarrollo empresarial, representan en el sector financiero un alto riesgo en la financiación de nuevos proyectos, además de la dificultad por mantener estabilidad en su mano de obra y la generación de nuevos empleos; con lo que se crea además un importante factor de informalidad.

5.2.1 Condiciones de los factores. Los factores productivos se clasifican en: los factores básicos y los factores avanzados. Los primeros están más relacionados con la teoría tradicional del comercio e incluyen factores tales como los recursos naturales, el clima, la localización y la demografía. Los segundos hacen referencia a factores especializados, tales como las infraestructuras de comunicaciones, la Investigación y las capacidades avanzadas, entre otros. La literatura sobre competitividad muestra como los factores avanzados son los más importantes para la formación y sostenimiento de una Ventaja Competitiva, puesto que al ser especializados son difíciles de imitar y surgen de las diferentes inversiones llevadas a cabo por individuos, empresas y Estados, mientras que la competitividad relacionada con los factores básicos se encuentran relacionados con precios, costos o abundancia de factores o insumos lo cual facilita su imitación o superación en el marco de un mercado global.

Una visión microeconómica de los determinantes de competitividad empresarial refleja como los factores de producción afectan la sostenibilidad de la estrategia de diferenciación de los productos y de sus empresas, estos factores pueden ser agrupados en cinco categorías básicas. Los recursos humanos son representados por la cantidad, la capacidad y el costo del personal, teniendo en cuenta las horas de trabajo y la ética del mismo. Los recursos físicos constituyen la abundancia, la calidad, el acceso y el costo de la tierra, el agua, entre otros. Tanto las condiciones climáticas como el tamaño y la localización se incluyen dentro de este grupo de factores. La localización afecta al costo del transporte y a la facilidad en los intercambios culturales y empresariales. Los recursos del conocimiento integran el acervo de conocimiento científico, técnico y de mercado sobre bienes y servicios que tiene una nación. Estos recursos proceden de las universidades y centros de investigación públicos o privados, instituciones de estadísticas públicas, asociaciones comerciales y bases de datos. Los recursos de capital representan la cantidad y el costo de capital disponibles para realizar inversiones en la industria.

La infraestructura abarca el tipo, la calidad y el costo de uso de la infraestructura disponible que afecta a la competencia, incluyendo el sistema de transportes, el

sistema de comunicaciones, el correo, el envío de paquetes postales, los pagos o transferencias de fondos, los servicios sanitarios y otros.

De acuerdo a la evaluación realizada por el Departamento Nacional de Planeación⁶⁶ (DNP; 2006), y publicada en el documento “Agenda interna para la productividad y competitividad del Valle del Cauca” se pueden identificar que entre los factores básicos en las confecciones del Valle del Cauca se encuentran la relativa cercanía a Miami (tres horas en avión), el principal mercado para las prendas de vestir en Estados Unidos; la cercanía a Buenaventura, el principal puerto de Colombia sobre el Pacífico; la mano de obra relativamente barata; la buena producción de algodón cumpliendo estándares de calidad; las empresas locales que se adaptan y aprenden rápidamente; la existencia de gran habilidad empresarial a pesar de las limitaciones; el acceso limitado al crédito bancario; el escaso desarrollo de mercado de capitales y los altos costos de capital.

Entre los factores especializados se encontraron la experiencia acumulada en labores meticulosas que requieren agilidad y precisión; el recurso humano bien preparado y con formación para las diferentes tareas: desde la selección y adquisición de materia prima, hasta la comercialización, pasando por el desarrollo del producto; la existencia de una contratación estable con marcas mundialmente conocidas, lo que les da reconocimiento como proveedores Internacionales; el insuficiente desarrollo portuario y logístico y los elevados costos portuarios; la vía principal Cali – Buenaventura es deficiente para las necesidades de la región; el poco apoyo tecnológico y científico; la existencia de un fortalecimiento de las instituciones públicas y privadas y las reglas de juego Inestables.

De otro lado, en relación con las bases tecnológicas para incrementar productividad en el departamento del Valle del Cauca en el sector de las confecciones; puede ser sintetizado en: mejor equipo para la construcción de maquinaria, mejoras en el diseño de estos equipos; mejoras en la materia prima; procesos radicales de innovación con los mismos productos y nuevos procesos con combinaciones de productos. Los dos primeros factores, mejor equipo para la construcción de maquinaria y mejoras en el diseño de la misma, permiten cambios incrementales en la velocidad de producción y todos los procesos. Las características de la infraestructura industrial del Valle del cauca, no permiten analizar los dos primeros factores (mejoras en la materia prima; procesos radicales de innovación con los mismos productos), debido a que los modelos de desarrollo que ha experimentado la economía han reafirmado una estructura dependiente de desarrollo industrial, el cual se caracteriza por tener una orientación política de sustitución de importaciones hacia la producción de bienes de consumo, en desequilibrio con la producción de bienes de equipo, los cuales se

⁶⁶ Agenda interna para la productividad y la competitividad. Departamento Nacional de Planeación Bogotá. 2007.

mantienen en el marco importador, más no en un enfoque de política de producción nacional.

Siendo el sector confección clave dentro de la cadena de producción, consideramos debe centrarse en perfeccionar las técnicas de producción, para hacer competitiva la cadena productiva en el Valle del Cauca. Este sector particularmente, conviene enfocarse hacia la implementación de métodos que una mejor inserción en el mercado internacional que los hagan menos propensos a los cambios de la demanda; aprovechando las ventajas comparativas que pueda tener en relación a mano de obra.

Aunque el sector de la confección no es la industria que sostenga la economía en el Departamento del Valle del Cauca, si tiene gran importancia por cuanto genera un gran valor agregado, además de ser una de las industrias más beneficiadas con la Ley de Preferencias Arancelarias Andina y de Erradicación de Narcóticos; debido a que el Valle del Cauca cuenta con una infraestructura de comercio exterior envidiable frente a otras regiones del país: zonas francas, puerto marítimo y aeropuerto internacional con la cual puede aprovechar dicha ley de Estados Unidos.

5.2.2 Condiciones de la demanda. Las estrategias de crecimiento empresarial suelen estar enfocadas inicialmente hacia el mercado interno, por tal razón autores como Michael Porter, asignan una gran importancia a este segundo vértice del diamante, pues la demanda interior presiona a las empresas para que innoven y mejoren. En términos generales, las naciones logran ventajas competitivas en aquellos sectores cuya demanda interior informa anticipadamente a las empresas de nuevas necesidades que es necesario cubrir, presionando para que éstas innoven con mayor rapidez y obteniendo así ventajas competitivas mayores que las de sus rivales extranjeros. Al igual que sucede con los factores de producción, la magnitud de la demanda interior es mucho menos importante que el carácter de dicha demanda. Por consiguiente, el que las empresas de un país consigan o no ventajas competitivas va a depender, no de que exista una gran demanda interior, sino de que esa demanda sea la más refinada y exigente del mundo. La sofisticación de los compradores obliga a las empresas a responder a retos difíciles de afrontar, aunque también los ayuda a prever tendencias mundiales.

Este factor podría otorgar a las empresas ventajas en costo y en diferenciación, permitiéndoles desarrollar economías de escala e introducir nuevas tecnologías en sus procesos de producción. En este sentido autores como Moon, Rugman y Verbeke exponen la importancia de la influencia de los factores antes mencionados en el surgimiento de determinantes de competitividad de largo plazo. Porter describe la demanda local a través de tres amplios atributos:

a) La Composición de la demanda. En la mayoría de las industrias la demanda está segmentada, por lo que aquellos segmentos más significativos y visibles de la demanda doméstica influirían más en las ventajas competitivas. Adicionalmente, las empresas de una Nación obtienen ventajas si las necesidades de los compradores locales anticipan las de otras naciones. Esta situación permite a las empresas adelantarse a ofrecer nuevos productos y a participar en segmentos emergentes y las estimula para promover una mejora continua en sus productos.

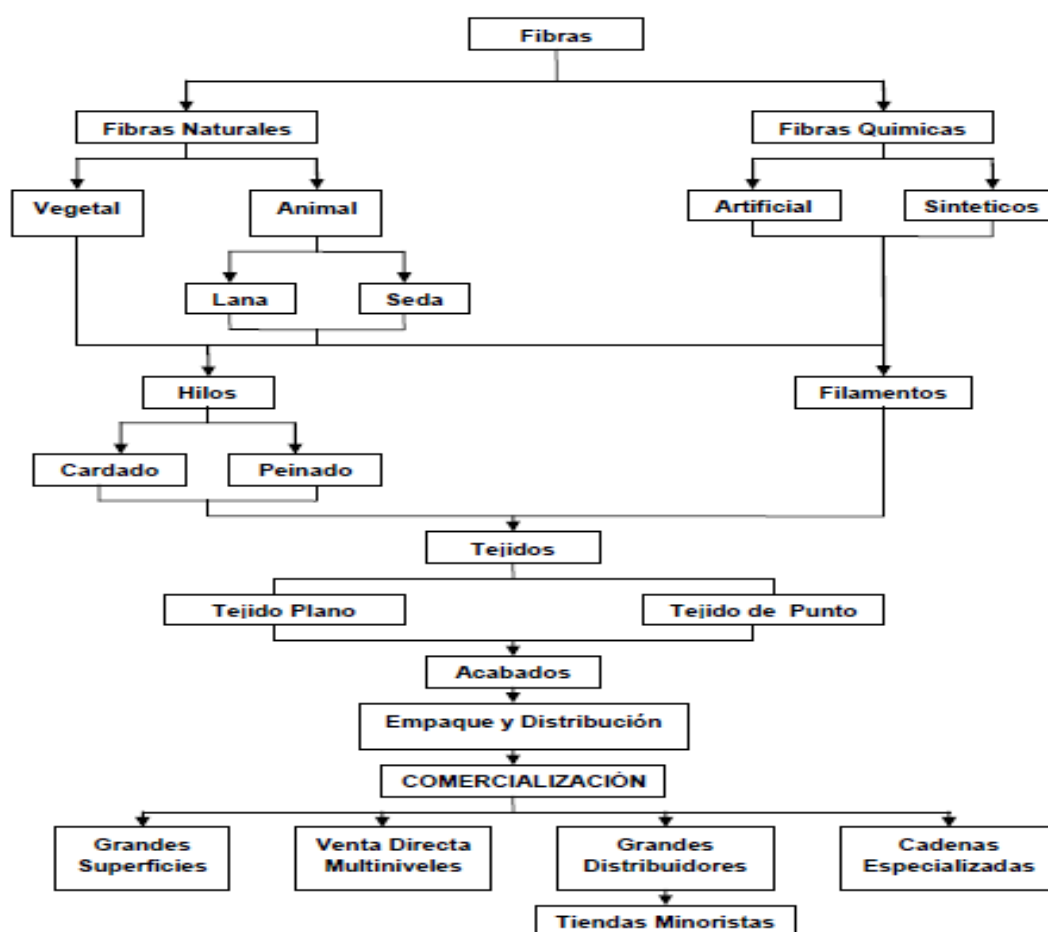
b) El Tamaño de la demanda y el patrón de crecimiento. El tamaño del mercado local puede ocasionar ventajas competitivas en aquellas industrias donde existan economías de escala o de aprendizaje, motivando a las empresas locales para que inviertan de forma agresiva en productos a gran escala y desarrollo tecnológico. Las empresas locales cuentan generalmente con algunas ventajas naturales como consecuencia de servir a su mercado local en comparación con las empresas extranjeras. Esto es fruto de la proximidad y el idioma, así como de las afinidades culturales. Consecuentemente, la demanda local podría ser percibida como más cierta y más fácil de predecir, mientras que la demanda extranjera se consideraría más incierta y más difícil de predecir. Así mismo, el crecimiento rápido de la demanda local permite a las empresas de una nación adoptar nuevas tecnologías de forma más rápida y les da seguridad en cuanto a la viabilidad de sus inversiones.

c) La Internacionalización de la Demanda. Cuanto más internacionalizada esté la demanda, más ventajas otorgará a las empresas locales. Así, si los compradores son grandes multinacionales que operan en varios países, la demanda local se convierte también en demanda extranjera. Además, esto podría ofrecer oportunidades a las empresas locales para establecerse en el extranjero y reducir el riesgo percibido. Adicionalmente, las multinacionales, en sus primeros años de operación en distintos países, prefieren seguir sus contratos de compra con los proveedores locales del país natal de su empresa matriz, ya que creen más conveniente reducir riesgos y tener una comunicación fluida con sus proveedores. Por otro lado, la movilidad de la demanda con respecto a cursar, por períodos determinados, estudios en otro país, implica conocer de cerca la cultura empresarial extranjera e importar tendencias extranjeras a su regreso

5.2.3 Empresas relacionadas horizontal y verticalmente El tercer determinante de la ventaja competitiva consiste en la presencia de sectores afines que ofrecen productos y servicios complementarios y proveedores que sean internacionalmente competitivos. La presencia en la nación de sectores afines cuyas empresas coordinan o comparten sus actividades de mercadeo, distribución, servicios o tecnología en la cadena de valor, o de sectores de productos complementarios, conlleva a menudo la aparición de nuevos sectores competitivos. Por otro lado, Porter argumenta que resulta contraproducente para una empresa o un país crear proveedores “cautivos”, es decir, totalmente dependientes de la industria nacional e imposibilitados para acceder a satisfacer

una posible demanda exterior. Por el mismo motivo, para que las empresas de una nación consigan el éxito, el país no necesita ser competitivo en todas las industrias proveedoras. No obstante, la localización próxima de proveedores y usuarios finales permite a ambos tener una comunicación más fluida, un flujo de información más rápido y constante y un intercambio permanente de ideas e innovaciones. A continuación veremos cómo se organiza la cadena productiva de confecciones:

Figura 7. Cadena productiva de confecciones



Fuente: Informe La Globalización en la Cadena Fibra Textil Confección; SENA, Colciencias y Cidetexto (2003).

La cadena de confección se divide en tres grupos que si bien en su conjunto son indispensables para poder llevar el producto final al consumidor, por grandes eslabones son:

- Producción de las materias primas para la obtención de fibras textiles, tanto de origen natural como de producción química.
- Industrias directamente relacionadas con las confecciones y los textiles.
- Actividades de comercialización.

Según el trabajo realizado por Agrocadenas Colombia (2005), el primer gran eslabón de esta cadena incluye tanto las actividades agrícolas y pecuarias orientadas a la obtención de fibras textiles naturales tales como el algodón, el lino, o el cáñamo para las de origen agrícola y la lana o la alpaca para el caso animal. En este eslabón, Colombia tiene participación en la producción de algodón y poca en la producción de lana. El déficit en la oferta nacional de fibras en general es cubierto por importaciones.

También incluye la producción de fibras químicas que a su vez tienen dos orígenes; las fibras sintéticas y las fibras artificiales. La característica principal de estas industrias en el orden mundial es que son unidades productivas de gran escala y por lo tanto de fuertes necesidades de capital. En Colombia la oferta nacional de fibras químicas es reducida, por lo que la industria de confección debe proveer sus materias primas de los mercados mundiales.

Se debe tener en cuenta que no toda la producción de este gran eslabón tiene como destino la industria de confecciones pues también se provee otras industrias como las de aceites, comestibles y la farmacéutica como es el caso del algodón.

El segundo eslabón que es dedicado especialmente a la industria de confecciones puede ser subdividido a su vez de la siguiente forma:

- a) Fabricación de maquinaria de confección.
- b) Procesamiento de fibras textiles artificiales y naturales.
- c) Producción de tejido plano de fibras naturales o químicas.
- d) Otras industrias de tejido plano.
- e) Producción de telas no tejidas.
- f) Tejido de punto.
- g) Industria de acabados y tintorerías.
- h) Industrias especializadas en insumos de confección.
- i) Industrias de la confección.

Las diferencias de las industrias de confección van desde las escalas de producción necesarias para lograr precios competitivos y las necesidades de financiamiento hasta la utilización de muy diversos canales de comercialización.

En tanto la industria de confecciones requiere de escalas productivas de tamaño mediano, en el contexto del mercado mundial, la industria de la confección requiere de pequeñas inversiones y es altamente intensiva en mano de obra.

La interacción de las industrias incluidas en el eslabón de confecciones con el gran eslabón comercial constituye otra de las grandes diferencias al interior de las diferentes industrias de textiles. Mientras la industria de los textiles y los insumos para la confección utilizan generalmente un esquema de comercialización al por mayor, los fabricantes de prendas de vestir se orientan principalmente a canales que conducen directamente al consumidor final.

La presencia de empresas horizontalmente relacionadas e internacionalmente competitivas representa una fuente importante de ventajas competitivas; la relevancia de lo anterior es tanto mayor cuanto más interdependencia técnica exista entre las empresas integrantes de un clúster. Por ejemplo, el éxito internacional de una industria puede ejercer efectos multiplicadores sobre la demanda de un producto complementario, ya que a menudo las industrias relacionadas comparten actividades dentro de la cadena de valor ó fabrican productos complementarios.

La anterior afirmación respalda de hecho de un fortalecimiento en Colombia de un mega clúster de la cadena productiva fibras - textil - confección, a través del cual se desarrolle el correspondiente plan de reconversión industrial que debe reorientar la estructuración industrial hacia la especialización.

Dentro de estas consideraciones, es de esperar que la política de clúster dirija su atención desde el nivel macro como micro de la actividad económica, haciendo al gobierno consciente de esta estructura actual, evitando, por tanto, que desarrolle políticas no realistas. Pueden necesitarse, todavía políticas genéricas a nivel macro, pero la creciente presión para crear riqueza por medio de mayor especialización, obliga al gobierno a establecer prioridades.

5.2.4 Estructura y rivalidad de la industria. Este vértice del instrumento menciona que las circunstancias nacionales y el contexto originan fuertes tendencias en el modo en que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como en la definición de la naturaleza de la competencia interna. Por otro lado, la presencia de rivales nacionales fuertes es un importante estímulo para la ventaja competitiva, pues impulsa a las empresas a innovar y mejorar. Además, la rivalidad interior crea presión en las empresas para que inviertan, reduzcan costos, mejoren la calidad y los servicios e innoven en productos y procesos.

A su vez, a diferencia de la rivalidad extranjera, que tiende a ser analítica y distante, la rivalidad nacional suele ser más personal, por cuanto la competencia no sólo se basa en la cuota de mercado, sino que las empresas compiten también por atraer recursos humanos de la competencia, por la excelencia técnica, por la calidad superior del servicio y por la captación de la clientela entre otros aspectos.

Probablemente el más importante de los atributos del diamante, se relaciona con la intensidad de la rivalidad interna, la cual obliga a las industrias a competir en

forma más agresiva, innovadora y a adoptar una actitud "global". La mayor rivalidad, determina que las empresas tiendan a expandirse a otros mercados con mayor prontitud que en aquellos países donde estos patrones no existen. La rivalidad interna es mucho más fuerte que la pura competencia económica tradicional. La rivalidad internacional es a menudo la excusa para el proteccionismo o la intervención gubernamental, mientras que con la rivalidad interna no existen excusas. Las reglas del juego son las mismas para todos.

La rivalidad entre los competidores adopta la conocida forma de manipular para alcanzar una posición, recurriendo a tácticas como la competencia de precios, las guerras de publicidad, la introducción de productos y un mejor servicio o garantías a los clientes. En la generalidad de las industrias las tácticas competitivas de una compañía influyen profundamente en las otras y, por tanto, provocan represalias o esfuerzos por contrarrestarlas; en otras palabras, las compañías son mutuamente dependientes. Este patrón de acción y de reacción puede mejorar la situación de la empresa o industria que los inicia. Si se intensifican los ataques y contraataques, todas las compañías pueden sufrir las consecuencias y entonces su situación empeorará.

La rivalidad intensa en el sector de la confección del Valle del Cauca, proviene especialmente de los competidores numerosos y de igual fuerza. En el sector existen empresas que buscan aumentar el consumo de sus prendas introduciendo tácticas propias sin seguir las normas y sin que las demás empresas se enteren, lo que resulta en una constante lucha puesto que su similitud en tamaño y recursos genera inestabilidad en el mercado.

Las barreras contra la salida son factores de carácter económico, estratégico y emocional que les permiten a las compañías competir en la industria, aunque obtengan rendimientos bajos y hasta negativos sobre la inversión como ocurre en el sector de prendas de vestir. Entre las principales barreras que se evidencian están las barreras emocionales donde empresarios del sector se niegan a tomar decisiones de salir, especialmente por motivos económicos pues la gran mayoría de estos negocios lo desarrollan pequeños grupos familiares cuya dependencia económica es alta. Los altos costos de salida donde las obligaciones con proveedores y entidades financieras generan temores en el empresario, haciéndolos que desistan de la idea de salir del negocio pues si lo hace, le pueden embargar no solo lo invertido en el negocio, sino sus bienes materiales conseguidos a nivel personal, como su vivienda o automóvil.

La Competitividad se genera individualmente (a nivel macroeconómico, industria o empresa), y no con base en agregados, o niveles macroeconómicos, como generalmente se tiende a pensar. Por lo tanto, los esfuerzos en esta dirección deberán tomar como unidad a la industria o empresa y no a la nación. La competencia se gana o se pierde en industrias específicas. La competencia entre

miradas de empresas individuales, determina el estado que guarda la economía de una nación y su habilidad para progresar.

No solo de la estabilidad macroeconómica depende el desempeño industrial, se argumenta que el principal activo del buen desempeño de la industria es el entorno macroeconómico estable. En el mundo de hoy tener la situación macroeconómica en orden es condición necesaria aunque no suficiente. Además, para valorar la competitividad de la industria, no puede evaluarse sólo el mayor o menor éxito en los mercados externos; también cuenta, el qué tan bien se comporta la industria en defender y conservar su parte en el mercado interno.

En este sentido, entornos con presencia alta de Pymes, permiten la posibilidad de que éstas funcionen en mercados imperfectos con flujos escasos de conocimiento e intercambio del mismo. Esto puede ser especialmente cierto en las zonas menos favorecidas, por lo que pueden ser necesarios servicios para la asistencia a las empresas que les permita conectar con las fuentes y recursos que las complementan.

Para explotar sus posibilidades necesitan más que una política de subvenciones, reducción de impuestos, etc. Innovar es la clave pero, en el caso de las Pymes, la innovación muchas veces tiene un sentido más cercano a cambio que la tecnología. Innovación, en este sentido, implica investigación, desarrollo, tecnología, nuevas habilidades, logística y la gestión de todos estos aspectos en un todo coherente, y en buena parte estas habilidades se encuentran, en el caso de las Pymes, fuera de su estructura interna.

Por ello, la competitividad de una Pymes va a depender, en buena medida, de la calidad del sistema institucional que soporta la innovación. La interacción entre los subsistemas y las entidades que intervienen serán las que conduzcan el progreso de una región o país a través de los flujos de aprendizaje. Si una zona geográfica presenta redes robustas de interacción, ésta presenta ventajas para crear una riqueza sostenible a través de la promoción de procesos de aprendizaje y creación de innovaciones.

Otra de las características identificadas fue el incremento de los niveles de inversión física, los cuales no han sido superiores por los costos asociados a la deuda y las dificultades para obtener recursos. El énfasis de las inversiones fue centrado en la adquisición de bienes de capital modernos más no de punta, enfatizando la calidad de los acabados. Las estadísticas revelan que durante el periodo de 1990-1994 existió una inversión de US\$ 81.1 millones, frente a una inversión en 1985-1989 de US\$ 35.3 millones.⁶⁷

⁶⁷ Agenda interna para la productividad y la competitividad. Departamento Nacional de Planeación Bogotá. 2007. Pág. 353

En el caso de la industria textil, de los recursos suministrados por BANCOLDEX, se observa una baja utilización de las líneas de crédito para compra de activos fijos, aproximadamente del 10%. Mientras el sector de las confecciones no utilizó las líneas para compra de activos fijos.

Se desprende de la evolución del crédito otorgado hasta 1996, que este se ha dirigido a resolver problemas de corto plazo en materia de capital de trabajo y a capitalización empresarial, descuidándose el objetivo en el Acuerdo que es el de adelantar el programa de modernización y reconversión de la industria de las confecciones.

5.2.5 Inclusión del gobierno. En lo referente a los instrumentos, las medidas de tipo regulatorio adquieren una enorme relevancia, ya sea que se trate de crear un marco que garantice el libre juego de competencias en los mercados o de eliminar reglamentaciones excesivas que entorpezcan el desarrollo de la iniciativa privada. A nivel vertical, en el diseño de la política se debe pasar de ofrecer soluciones demasiado generales a un proceso que modernice la industria y permita elevar la competitividad. La simple confirmación de la presencia de fallas de mercado, que por supuesto no sólo se presentan en la industria, llevaría a establecer políticas generales. A fin de contar con la política industrial efectiva para la competitividad, se requiere precisar en qué problemas específicos se expresan las fallas de mercado que inhiben el avance de la competitividad.

Desde la perspectiva del modelo de nuevos factores de Cho se expone que la participación del gobierno debe desagregarse en el desarrollo de políticas, los hacedores de dichas políticas y los instrumentos de burocracia que permiten que estos se puedan desarrollar, en tal sentido el grado de confianza que generen estas políticas, las personas detrás de las políticas y las instituciones constituyen un factor que influye en los niveles de certeza y con ello en las decisiones empresariales que afectan la competitividad regional. En tal sentido los aspectos relacionados con la corrupción, los escándalos por malversación de fondos públicos y los problemas en el desarrollo y gestión generan factores adversos que inciden directamente en la competitividad del departamento

En este sentido el sector de confecciones del Valle del Cauca, a través de su dirigencia política, ha venido presionando al gobierno para crear los mecanismos de corto plazo que le permitan establecer control para la protección del sector, especialmente a lo que se refiere con medidas aduaneras y practicas desleales, así como la implementación de controles dumping.

El gobierno debe enfocar sus esfuerzos a la creación de factores especializados y avanzados, También puede influir en las condiciones de la demanda, con la emisión de reglamentos más rígidos sobre productos, seguridad y medio ambiente, pues esto influirá en las necesidades de los consumidores. Asimismo, la forma en que el gobierno desempeñe el papel de comprador en la economía,

puede estimular o aletargar a la industria nacional. Finalmente, el gobierno debe limitar tajantemente cualquier tipo de cooperación directa entre competidores, promover tasas crecientes de inversión, especialmente en capacitación, innovación y activos fijos y rechazar tendencias monopólicas u oligopólicas, pues esto propicia mercados fértiles en los que medran empresas ineficientes que, en ocasiones, se erigen como el principal obstáculo de la innovación tecnológica.

En tal sentido el gobierno debe considerar centrar sus esfuerzos en los hechos portadores de futuro⁶⁸ como por ejemplo:

- Promover la integración productiva sectorial para la diversificación:

Los actores facilitadores de la integración (gobierno y academia) deben profundizar en el estudio de las diferentes experiencias y convocar permanentemente a los gremios para difundir la información y capacitar a los empresarios, así mismo, la atracción de capitales para inversión desde el resto del país, o desde el exterior, debe contemplar importantes macroproyectos que impacten positivamente esta integración.

- Generación de conciencia de cambio y de la necesidad de la transformación productiva:

Nuevamente academia-gobierno-sector privado deber converger en un mismo interés, para impulsar las propuestas concretas de acción, orientando sus esfuerzos en su visión de futuro de la sociedad en general, de cara a las nuevas tendencias del comercio internacional.

- Facilitar la generación de ideas innovadoras para promover el desarrollo socio-económico de la región:

La transformación social también viene de la mano con la inversión en infraestructura, la creación de sinergias para la constitución de encadenamientos productivos, que coadyuven en el desarrollo empresarial de la región. La idea que promueven la Corporación Ecoparque Llanogrande, el CIAT, la Universidad Nacional, el ICA y CORPOICA para la creación de un Parque Científico y Tecnológico, que promueva la inversión en integración y encadenamientos productivos, así como las obras que se adelantan en la ciudad con las 21 Megaobras son un ejemplo de lo que se puede hacer en la búsqueda de tal fin.

- Adecuar la oferta académica de las instituciones educativas buscando su relación efectiva con el sector real:

⁶⁸ Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

En este sentido, la oferta académica entera, desde los niveles básico y medio vocacional, hasta la educación superior, deben revisarse en sus contenidos y metodologías con una permanente participación de los demás estamentos sociales, con el fin de aterrizar coherente y concretamente los contenidos de la formación en la transformación real de la sociedad.

- Mayor compromiso estatal con las Mipymes
- Fortalecimiento de las instituciones intergremiales y promoción de la asociatividad y la cooperación empresarial para la competitividad

Según Michael Porter el papel correcto del Estado debe ser el de actuar como catalizador y estimulador, alentando a las empresas a que eleven sus aspiraciones y niveles de competitividad. El Estado desempeña un papel parcial e indirecto, aunque fundamental como estimulador de los vértices del diamante. La política que tiene éxito es aquella que crea un marco en el que las empresas puedan lograr ventajas competitivas, y no la que hace intervenir al Estado directamente en el proceso, con la excepción de naciones que están en el inicio del proceso de desarrollo. Por otro lado, el horizonte competitivo de las empresas y del Estado es diferente, luego las empresas buscan una ventaja competitiva a largo plazo, mientras que el Estado necesita un mayor período de tiempo, si bien la corta estancia en el poder de un equipo gubernamental motiva la presencia de políticas a corto plazo que retrasan la innovación.

Para una región orientada a conseguir una ventaja competitiva, la misión del Estado debería consistir en apoyar a la creación de factores especializados, responsabilizándose de la educación primaria y secundaria, la infraestructura básica nacional, la investigación y la sanidad como áreas de amplio interés nacional. El Estado debería también intervenir propiciando la reducción de los costes de ciertos factores o un tipo de cambio favorable que ayude a las empresas a competir más eficazmente en los mercados internacionales, particularmente cuando las fuerzas del mercado no actúan a favor de las empresas locales.

Adicionalmente, el gobierno debe imponer normas estrictas, aunque mejor anticipadas, sobre los productos, la seguridad y los temas ambientales. Esto presionará a las empresas para que mejoren la calidad, la tecnología y la satisfacción de las exigencias de los consumidores y las demandas sociales. Y si estas normas no se han extendido aún en el ámbito internacional, las empresas disfrutarán de una ventaja inicial para desarrollar productos y servicios que serán valiosos en otros países.

El papel del gobierno es similar al de un entrenador: el gobierno puede aumentar o disminuir la ventaja competitiva, pero no puede competir él mismo con el comercio internacional. Su papel es el de forzar a cada jugador (empresa) a obtener un

mejor desempeño, estableciendo estándares elevados e insistiendo en un nivel de competencia igualmente alto, lo cual redundará en sinergias a lo largo de las cadenas productivas y de valor.

Otro de los aspectos más importantes dentro de las políticas tomadas por el gobierno, ha sido el fortalecimiento de los CERTS, como un incentivo a las exportaciones de los productos del sector textil y de confecciones.

La necesidad de coordinar acciones entre los diferentes agentes. Para el caso de Colombia, existe la necesidad de una política industrial en donde el Estado debe ser un agente coordinador de las acciones inmersas dentro de la misma. Algunos teóricos señalan al respecto cómo "una política industrial ofrece mecanismos de coordinación que faltan en una economía de mercados libres".⁶⁹

El objetivo central de la coordinación a través de una política industrial es incentivar la experimentación y preservar la diversidad, en otras palabras fomento a la innovación tecnológica, concebir medidas que permitan cambios en el manejo económico de tal forma que se abandonen prácticas ineficientes e inequitativas, y se asuman posturas de avance facilitadoras de la adaptación de la industria a nuevas condiciones de mercado.

Desde el punto de vista económico se mantienen las políticas de ajuste fiscal y de control de la inflación con el propósito de mantener estables las tasas de interés, los cuales son importantes para el crecimiento del consumo y la inversión.

A pesar de los logros del gobierno para aumentar la estructura empresarial exportadora, esto se ha visto empañado por la alta reevaluación de la moneda que desestimula el precio de las exportaciones. Igualmente en el Valle del Cauca el apoyo privado y oficial se hace evidente para la competitividad empresarial de la región, por ello cuenta con una variedad de servicios de apoyo que favorecen el crecimiento de sectores, como es el caso del de Prendas de Vestir. En el Valle del Cauca están ubicadas las oficinas regionales de Proexport y del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el suroccidente colombiano. Desde estas oficinas tanto Proexport, como el Ministerio de Comercio, prestan sus servicios a los departamentos del Valle del Cauca, Cauca y Nariño.

La Cámara de Comercio de Cali también tiene su departamento que asesora en materia de comercio exterior y realiza el acompañamiento a las empresas importadoras y exportadores. Además, algunas universidades han establecido consultorios de comercio exterior para asesorar a pequeñas y medianas empresas exportadoras e importadoras.

⁶⁹ www.agrocadenas.gov.co

Dentro de dichos consultorios se encuentra el consultorio de Comercio Exterior de la Universidad ICESI -ICECOMEX-. Además, se encuentra la seccional Cali de la Cámara Colombo-Americana, que asesora a las empresas que exportan y/o importan de los Estados Unidos y la Asociación de Comercio Exterior, -ADICOMEX- que presta servicios de asesoría, apoyo y capacitación en comercio exterior, así como también ACOPI, CAMACOL y FENALCO, como entidades que han ayudado en la internacionalización del departamento.

En el Valle del Cauca están localizadas 117 Sociedades de Intermediación Aduanera (SIAs), entre las que se encuentran Gimecomex, Valley Cargo, Interlogistic, Alpopular, Almagran, Mario Londoño, Sidecomex, Sidecargo, Agecoldex, Airseatrans, entre otras.

Además el Valle cuenta con seis almacenes de depósito, cuarenta y nueve consolidadores, dieciocho empresas navieras, veinticinco líneas marítimas, dos patios de contenedores y una central de carga. Existen además, en el departamento cinco aeropuertos, un puerto marítimo y dos zonas francas. El departamento además cuenta con dos aduanas, una en Cali que es regional y atiende el sur-occidente y una en Buenaventura con jurisdicción especial.

El papel que puede adoptar el Estado es el de un colaborador en la necesidad de construir y consolidar los mercados. Para ello se necesitan estrategias garantizadoras de los intereses tanto particulares como sociales. En este punto se debe reconocer la interdependencia de los agentes económicos y la necesidad de la cooperación y la concertación entre éstos para generar avances industriales. Esta construcción tendría también la característica de la complementariedad entre estos mismos agentes, permitiendo que la especialización necesaria para el mercado no quede aislada en razón de la falta de estrategias facilitadoras de la circulación de los bienes, de los servicios y del capital. En términos generales, se trata entonces, de desarrollar y potenciar habilidades en las empresas que les permitan proyectar sus procesos productivos, sus estrategias individuales y grupales, al mismo tiempo que sus mercados, mediante una acción concertada entre las empresas mismas, el gobierno y las empresas relacionadas y de soporte.

El gobierno nacional con el apoyo de gobiernos departamentales y municipales ha puesto en marcha un ambicioso plan de largo plazo, llamado: Visión Colombia II Centenario. En él se hace una proyección al año 2019 de las metas que se buscan alcanzar en varios ámbitos de interés nacional. El resumen de estas metas y la situación actual de cada una de las variables se presenta en el siguiente cuadro. Dicha información es relevante si se tiene en cuenta que esto hace parte del papel del Estado como sujeto importante para impulsar y motivar la competitividad de las empresas nacionales.

Cuadro14. Metas de bienestar y competitividad del gobierno nacional

Meta	Situación año 2004	Situación año 2010	Situación año 2019
Aumentar al 6% la tasa del PIB	4%	5%	6%
Elevar la participación de las exportaciones como porcentaje del PIB	17%	20%	25%
Multiplicar por ocho el número de turistas extranjeros	780.000		6.350.000
Consolidar la red vial arterial y vascular	50% de la red arterial en buen estado	75% de la red arterial en buen estado	100% de la red arterial en buen estado
	17% de la red vascular en buen estado	40% de la red vascular en buen estado	60% de la red vascular en buen estado
	16.640 Km totales de red arterial	18.640 Km totales de red arterial	20.935 Km totales de red arterial
Ampliar el área sembrada en más de dos millones de hectáreas	Agrícola: 3.945.579	4.221.038	4.987.512
Elevar la inversión pública y privada en ciencia y tecnología al 1,5% del PIB	0,21%	1%	1,50%
Reducir el índice de pobreza medido con subsidios al 15%	45,10%	33,10%	15%
Reducir el índice de indigencia	13,60%	8,60%	5%
Reducir la tasa de desempleo a 5%	13,60%	8,60%	5%
Alcanzar cobertura universal bruta en educación básica	88,10%	97,10%	103%
Alcanzar cobertura universal bruta en educación superior	25,70%	31,40%	40%
Eliminar el analfabetismo en personas de 15 a 24 años	2,40%	1,40%	0%
Aumentar los años promedio en educación para personas entre 15 y 24 años	8,70%	9,70%	11,30%
Reducir la tasa de mortalidad infantil	24,40%	21%	14%

Fuente: DNP; Informe Visión Colombia II Centenario 2019. (2004)

5.3 EL SECTOR DE CONFECCIONES TIENE DESTINOS INEXPLORADOS

A partir de la apertura de nuevas fronteras y el crecimiento de la demanda del mercado de moda y textiles a nivel regional (Latinoamérica), la dinámica entre oferentes y demandantes en cuanto al intercambio de productos ha mejorado. Colombia con una de las mayores participaciones en dicho sector, ha tratado de permanecer vigente y competitivo, con el fin de cautivar nuevos clientes y crear alianzas estratégicas que contribuyan con la expansión de los productos colombianos y su posicionamiento en el mercado. Dentro de los socios comerciales de Colombia (Venezuela, Ecuador, México y Perú), el caso venezolano es el que más ha contribuido con la caída de la demanda de sus productos en el sector de la moda.

Colombia y Venezuela, han sido países con buenas relaciones diplomáticas y comerciales, hasta hace poco tiempo. En la actualidad estos países vecinos han enfrentado una crisis tanto diplomática como comercial por diferencias entre los gobiernos de turno, entre otros factores. Los sectores que más se han visto golpeados⁷⁰ son los de textiles, ganadería y transporte; no obstante, estos han dedicado esfuerzos, para abrir nuevos mercados, que suplan la demanda decreciente y potencial del mercado venezolano, como se menciono anteriormente.

De acuerdo con datos de un estudio de las Naciones Unidas de Comercio Exterior, en el que teniendo en cuenta la no disponibilidad de la información para todos los países de la región, y habiendo filtrado por el tamaño de la demanda importadora de textiles y prendas de vestir, el país que mayores importaciones reportó en el tema de moda y textiles, fue México por un total de 9 mil millones de dólares para 2008. En segundo lugar se encontró Brasil con un total de 4 mil millones de dólares de importaciones de productos de moda y textiles. Aunque la variación de los valores de México es negativa año a año, es el mayor demandante de estos productos en la región. Colombia debería aprovechar la cercanía que tiene con México para abrir nuevas alternativas de comercio, al igual que con Brasil, aunque la cercanía con Brasil sea más fronteriza que comercial.

La dinámica de las importaciones de moda en Latinoamérica conformada por 19 países se presenta en el siguiente cuadro, donde las importaciones de confecciones y textiles, está organizada del mayor valor al menor reportado por cada país para 2008.⁷¹

⁷⁰ http://www.eluniversal.com/2009/10/10/eco_ava_sectores-colombianos_10A2877731.shtml

⁷¹ United Nations Commodity Trade Statistics Database (UNCOMTRADE.com), Revision 3 (SITC Rev.3)

Cuadro 15. Total importaciones de moda y textiles por años, en USD, de los países latinoamericanos

No.	País/Año	2001	2004	2007	2008
1	México	15,795,883,137	9,873,662,139	9,368,720,408	9,197,460,505
2	Brazil	1,356,965,529	1,388,060,557	2,817,821,133	4,297,639,140
3	Venezuela	885,844,682	700,480,353	1,845,922,255	3,870,486,198
4	Chile	1,094,812,317	1,360,868,882	2,183,454,412	2,625,173,049
5	Argentina	1,039,218,086	880,865,117	1,615,055,574	1,986,679,150
6	Colombia	726,035,508	878,692,115	1,471,279,185	1,596,755,155
7	El Salvador	200,048,460	248,991,722	1,355,540,515	1,352,544,306
8	Dominican Rep.	181,757,000	-	-	1,333,971,098
9	Guatemala	172,102,074	514,116,772	1,353,792,399	1,276,201,039
10	Costa Rica	525,616,806	496,943,099	603,949,407	692,113,286
11	Ecuador	234,128,191	372,611,110	545,946,422	641,447,434
12	Panamá	183,459,955	-	338,501,681	413,635,350
13	Uruguay	240,774,665	209,796,267	315,344,131	393,092,982
14	Paraguay	81,837,300	116,387,842	173,754,113	275,177,312
15	Bolivia	100,817,322	79,018,266	97,969,361	122,569,005
16	Cuba	-	244,234,911	-	-
17	Nicaragua	53,403,837	70,139,040	97,881,283	-
18	Honduras	31,599,358	127,877,095	211,997,728	-
19	Peru	287,217,573	417,745,907	-	-

5.3.1 Aspectos centrales para la creación de ventajas competitivas en el Valle del Cauca.⁷² Una vez analizados los aspectos más importantes del sector productivo de la región, y habiendo recorrido las principales cifras económicas de la misma, sus características, su cultura, su visión de futuro, incluso sus actuales ventajas, podemos expresar a continuación lo que creemos aun se requiere mejorar para la creación de ventajas competitivas adicionales en el Valle del Cauca:

- Respaldo de la inversión privada para la reconversión de la industria y la transformación productiva.

En un contexto de integración productiva, los procesos de investigación y desarrollo, la dotación de bienes de capital e incluso el adelanto de inteligencia de mercados internacionales, requiere un componente importante de recursos

⁷² El siguiente análisis constituye la síntesis de la revisión de cada uno de los componentes mencionados previamente en este documento, bajo la luz del Proyecto Cali Visión 2036, adelantado en el documento elaborado por los Profesores de la Universidad del Valle, Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

financieros, que propendan por la reconversión industrial necesaria, en momentos en que la competitividad de nuestra industria no es una opción.

Los procesos de reconversión industrial constituyen un elemento fundamental para la competitividad de las empresas de estos sectores y su permanencia y evolución en el mercado.

Aunque para las pequeñas y medianas empresas, su permanencia y la evolución en el mercado dependen en igual medida de la inversión, estas tienen una tarea más compleja, para la consecución de las garantías necesarias para el acceso al crédito.

- Mejoramiento de la infraestructura para los procesos de integración productiva.

La atención de las necesidades particulares de la industria no solo depende de cambiar los esquemas de administración y gestión empresarial, sino también de la adaptación de aquellas zonas definidas para el establecimiento físico de estas aglomeraciones, de manera que la dotación de servicios públicos y la conectividad vial constituyan ventajas comparativas importantes para la construcción de competitividad.

Igualmente una fuente alterna de energía barata para la industria se constituye en prioridad fundamental para el desarrollo de estas zonas y de las actividades productivas que se establezcan en ellas, así como la solución a los problemas estructurales persistentes en el parque automotor para el transporte de carga, de manera que se impacten positivamente las economías de escala de las empresas.

- Impulsar la asociatividad y cooperación empresarial y sectorial, mediante la creación de condiciones favorables del sector.

Es indispensable buscar la recuperación de la credibilidad en las instituciones, para que podamos ver un encadenamiento de los intereses particulares y generales, que nos lleven a la generación de una cultura de asociatividad que actualmente no es muy común en el Valle del Cauca. Obviamente tendrán que tomarse como referencias los casos exitosos, para partir de la experiencia previa minimizando los tiempos para la obtención de resultados.

- Generación de competencias para el trabajo, con el mejoramiento de la calidad de la educación en sectores específicos.

El recurso humano es la base fundamental para la generación del valor agregado, por lo que es importante su mayor cualificación. La exploración de las necesidades reales y la retroalimentación permanente con el sector productivo permitirá a las instituciones de educación mayor pertinencia en los procesos de formación que no

solamente constituyen alternativas para las empresas existentes, sino también para la gestación de negocios con mayor expectativa de permanencia y desarrollo en los mercados.

- Convergencia entre las políticas públicas y las instituciones para el apoyo a la integración y el desempeño competitivo sectorial y empresarial.

La confianza y credibilidad en las convocatorias que el sector público realice para generar las sinergias, crea el mejor ambiente para la generación de liderazgo empresarial, importante para favorecer la subordinación de los intereses particulares a los intereses generales, con la academia como catalizador del esquema competitivo que se pretenda implementar.

Entendiendo que las necesidades del sector productivo de la región son similares para el sector de la confección del Valle del Cauca, toda vez que presentan los mismos desafíos y están incluidas dentro de la agenda de competitividad que adelanta el gobierno en su programa de transformación productiva, a continuación se muestra un resumen que caracteriza al sector productivo del Valle del Cauca, como importante hoja de ruta para enfocar esfuerzos academia-gobierno-sector privado.

Cuadro 16. Resumen de las tendencias pesadas, elementos estructurantes y hechos portadores de futuro para el sector productivo del Valle del Cauca

Tendencia	Elementos estructurantes	Hechos portadores de futuro
Concentración de la producción en el sector servicios	Pérdida en la dinámica productiva del sector primario y secundario	Promoción de la integración productiva sectorial para la diversificación Los sectores productivos estratégicos están identificados
	Alta tasa de creación y liquidación de empresas	
	Capacidad de absorción de mano de obra no calificada	
	Alta dispersión que impide procesos de integración	
	Altas barreras para acceso al capital	
	Alto riesgo financiero	
Concentración de la producción agrícola en la Caña de Azúcar	Favorecimiento de los encadenamientos productivos con el sector alimentos y la sucroquímica	Mayor dinámica y conciencia de cambio y transformación productiva Ideas innovadoras para promover inversión para la integración y los encadenamientos productivos
	Mayor rentabilidad de inversiones y productos	
	Predominio en las exportaciones regionales	
	Mayor experiencia en desarrollo de proyectos empresariales y de exportación	
Ausencia de proyectos empresariales de envergadura	Altas tasas de rentabilidad en la industria tradicional que concentra la	Caracterización de la oferta académica de las instituciones educativas y su relación efectiva con el sector real
	Dinámica negativa en el crecimiento de la inversión nacional y extranjera	
	Ineficiencia fiscal que impacta negativamente la inversión del Estado en infraestructura.	
Predominio del recurso humano con bajo perfil en competencias laborales	Predominio de bajos valor agregado, bajos ingresos y escaso poder de compra	Mayor compromiso estatal con las Mipymes Fortalecimiento de las instituciones intergremiales y promoción de la asociatividad y la cooperación empresarial para la competitividad
	Dificultades de acceso a niveles de educación superior	
	Alta tasa de deserción escolar en la educación media	
	Deficiencia en la calidad y cobertura educativa	
	Descontrolado proceso de crecimiento poblacional por problemas de desplazamiento forzoso	
Predominio de Mipymes con alto riesgo y baja rentabilidad	Menores requerimientos de capital para crear la empresa	
	Alta tendencia a la informalidad	

Fuente: Echeverry R. Rubén Darío, Silva C. Tulio Ferney. Sectores Estratégicos y Oportunidades de Comercio Exterior [Proyecto Cali Visión 2036 Eje Temático Desarrollo Tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali; 2009.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los estudios de Michael Porter acerca de la ventaja competitiva de las naciones y de los determinantes de dicha ventaja nacional, nos indican que la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las ventajas competitivas se crean y mantienen a través de un proceso continuo en el cual influyen características muy propias de una nación, como sus valores, cultura, estructura económica, instituciones e historia. La competitividad es necesariamente dinámica y se basa en la innovación y en la búsqueda de diferencias estratégicas, así por ejemplo, la ubicación afecta a la ventaja competitiva por sus efectos sobre el crecimiento de la productividad. La diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un complejo productivo y su grado de madurez; estas relaciones, se refieren a los cuatro puntos de lo que Michael Porter denominó diamante de la competitividad, el cual, tiene en cuenta la estrategia, los factores productivos, la demanda y por último los sectores de apoyo, es decir, las relaciones de apoyo con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados. Puntos que en definitiva constituyen las fuentes de la ventaja competitiva.

La alianza Universidad-Estado-Empresa genera frutos en materia de Innovación. Un Valle del Cauca competitivo debe incrementar la participación del PIB en este sector si desea ser un Valle ganador que aporte al PIB de Colombia y a la Visión 2019 del País; y para ello debe impulsar el plan Bioregión Valle del Cauca 2019; fomentar la formación de talento humano de alta competencia e innovación tecnológica; promover eventos de divulgación de la ciencia y la tecnología; capacitar en nuevas tecnologías de la información y comunicación – NTIC's, impulsar la productividad y competitividad en sectores estratégicos que fomenten la capacidad exportadora del Valle del Cauca. No hay exceso de profesionales/técnicos, hay déficit de empresas modernas (empresas productivas, orientadas tecnológicamente, e intensivas en capital humano).

En infraestructura, si bien es cierto que la inversión ha sido importante en los últimos años (\$50.795 millones), se requieren cifras superiores para apalancar las grandes obras que han sido priorizadas en la Agenda interna. En este aspecto es importante resaltar que de las cuatro principales ciudades (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla), Cali es la que más facilidades ofrece para realizar negocios. Es así como empresas como Bavaria, Postobon, Mac, centro de eventos del pacifico y otras, mostraron su interés de establecer sus centros de operaciones en el Valle dadas las mejoras en la malla vial, las mejoras en los niveles de seguridad, las expectativas de la nueva concesión del ferrocarril, se convierten en ventajas competitivas que no poseen otras regiones.

El análisis del presente trabajo en torno al papel del estado como garante y facilitador de la actividad productiva se refleja en la facilidad que brinda el sector

publico para propiciar los negocios, es así como el estudio “Doing Business Colombia 2008” del Banco Mundial. Que midió la forma en la cual las regulaciones gubernamentales fomentan la actividad empresarial; de una muestra de 13 ciudades en el país, la capital del Valle del Cauca, fue la cuarta que más facilidades ofrece para hacer negocios desde el punto de vista de indicadores de apertura de una empresa, registro de la propiedad, pago de impuestos, comercio exterior, cumplimiento de contratos.

En materia de transporte y telecomunicaciones se deben garantizar los compromisos estratégicos con la Nación, específicamente con el Ministerio de Transporte; para la realización de los estudios y desarrollar las obras de infraestructura de transporte y las telecomunicaciones. Así el Valle del Cauca pueda disponer de una infraestructura competitiva en estas dos áreas.

Este compromiso también debe acoger los intereses que en materia de competitividad descansan en el puerto de Buenaventura, el cual ha venido experimentando serios tropiezos en materia de indicadores de operatividad y eficiencia siendo superados en los últimos años por los puertos del Caribe, en especial Cartagena, lo cual se ha traducido en el desplazamiento de varias compañías que están desplazando la movilización de sus productos por estos puertos ante los permanentes problemas de acceso al puerto de Buenaventura.

Según el Banco Mundial, las ciudades puertos del Caribe como Cartagena, Barranquilla y Santa Marta, exhiben el menor costo por contenedor importado y exportado (menos de US\$750), en comparación con el costo promedio nacional de US\$1.160 para el importado y US\$1.067 para el exportado factores que generan presiones negativas a la competitividad del Valle del Cauca y a su poder de atracción de inversiones, con lo cual se debe generar acciones que conduzcan a buscar nuevos mercados.

Ante este hecho el presente trabajo encuentra como una gran oportunidad la necesidad de incentivar la orientación exportadora del sector confección y aprovechar la situación de ser líder en la diversidad de productos exportados así como en sus destinos, con lo cual el sector público, la academia y los diferentes gremios pueden sumar esfuerzos para incrementar la incursión externa de la producción departamental.

De lograrse esto se podría obtener un beneficio adicional representado en una mayor adaptabilidad a cambios internos, la menor dependencia de mercados existentes, la diversificación de los mercados, la transformación comercial de los sectores productivos que orbitan entorno a estos nuevos generadores de exportación.

El esfuerzo de internacionalización de la economía vallecaucana requiere de asumir compromisos en temas relacionados con el mejoramiento de la

competitividad de nuestros productos, pues no se puede llegar a nuevos mercados y aún a los existentes si no se cuenta con mercancías en condiciones que puedan ser equiparadas con otros países. Es a través del mejoramiento de la calidad de los productos como se logra fortalecerlos para enfrentar la fuerte competencia en los mercados.

La capacidad de las empresas para desarrollar y mantener estrategias agresivas, se ve limitada por las restricciones que encuentran en su medio ambiente. Como consecuencia, la mayoría de las empresas del sector de confecciones en el Valle del Cauca continúan adoptando tácticas basadas en las ventajas comparativas, las cuales, están siendo lesionadas por las naciones competidoras que cuentan con iguales ventajas naturales y estrategias similares.

Para motivar a las empresas del sector de confecciones del Valle del Cauca a desarrollar estrategias más sofisticadas, el sector privado y el sector público deben trabajar unidos para mejorar el medio ambiente competitivo y facilitar la creación de ventajas competitivas sostenibles, que se basen en el conocimiento y en el continuo mejoramiento. La competitividad no es algo estático, es un proceso continuo de mejoramiento y de innovación, por esto, se requiere que comencemos a trabajar en una nueva pedagogía de la competitividad.

Teniendo presente lo ocurrido en el sector de las confecciones en el departamento del Valle del Cauca, así como la teoría de Michael Porter se observa como el cambio generado derivado de la necesidad de competir no solo internamente como en el mercado internacional, está ligado a los sistemas de comercialización de materias primas y productos terminados. Es así como las empresas empezaron a suprimir los intermediarios comercializando ellos mismos los productos necesarios y resultantes de su cadena productiva. Adicionalmente los confeccionistas han empezado a diseñar o adquirir diseños de terceros.

Para el sector de confecciones del Valle del Cauca, la demanda no está sujeta tan ampliamente a los cambios generados en el comercio internacional. La cultura influye altamente en las necesidades reflejando que los sectores pueden percibir las necesidades del comercio internacional. Es por ello que la promoción del sector de las confecciones debe estar centrada en el fortalecimiento del análisis de la demanda externa más que a una marcada demanda interna.

Para disminuir los costos de mano de obra las empresas del sector de las confecciones deben empezar a aumentar la contratación de maquila con empresas más pequeñas del sector. Paralelamente las grandes empresas de marca reconocidas internacionalmente hace varios años que contratan con las empresas de confecciones del Valle del Cauca la maquila de sus productos.

La intervención del gobierno nacional y departamental y sus políticas, representan un papel determinante en la competitividad del sector de las confecciones y de los demás sectores productivos.

Una de las desventajas más sobresalientes del sector de las confecciones en el Valle del Cauca, es que posee industrias de confecciones relativamente pequeñas. Para sostener el crecimiento es necesario más inversión, tecnología y conocimiento.

Las necesidades inmediatas del sector: Trámites de aduana y comercio exterior deben hacerse más eficientes, líneas de crédito de fomento y a largo plazo; sistemas de garantías para medianas y grandes industrias; posibilidad de comprar materias primas a precios internacionales; estímulos a la inversión extranjera mediante alianzas y joint venture;⁷³ investigación en temas de productividad y competitividad; lucha frontal contra el contrabando técnico y abierto y el fortalecimiento de las zonas francas fuera de parque industrial.

Para que el departamento y la ciudad alcancen el nivel de competitividad internacional, en el sector de las confecciones, deberán concentrarse esfuerzos en las principales tendencias que maneja la cadena a nivel global.

Estas tendencias están orientadas principalmente en:

- Innovación de productos y procesos.
- Empresas reconfigurables.
- Nuevos modelos de negocio.
- Cualificación de recursos humano.
- Nuevos materiales.

En la actualidad se adelantan en el mundo en países industrializados y otros como China, procesos innovadores, los cuales tienen que ver con el desarrollo de microtecnologías, eliminación de ensamblados, control de calidad, y la personalización del producto, el cual viene acompañado de la creación de sistemas de personalización del producto.

Por lo tanto, Colombia y la región tienen un amplio espacio para trabajar en el desarrollo e implementación de metodologías para el diseño de producto, aplicación de la electrónica embebida en el producto y en el proceso. De la misma manera la implementación de herramientas de realidad virtual para la presentación de productos, el desarrollo de tecnologías para la personalización del producto que requiere de nuevos sistemas para la captura de las características

⁷³ El joint venture también es conocido como "riesgo compartido" donde dos o más empresas se unen para formar una nueva en la cual se usa un producto tomando en cuenta las mejores tácticas de mercadeo.

morfométricas de la persona por ejemplo, implementación de técnicas de visión artificial para la inspección de materiales y control de procesos industriales.

En cuanto a la reconfiguración de las empresas, se necesitan arquitecturas basadas en controles abiertos, como máquinas modulares, alta velocidad en las máquinas y tecnificación empresarial.

Esto requiere por supuesto de una gran inversión en herramientas sectoriales para el diseño técnico de productos, tecnologías para el paso de las máquinas de producción individuales a sistemas digitales integrados, creación de estándares en los flujos de información para los sistemas digitales, desarrollo de interfaces hombre-máquina, entre otros.

Por otra parte, es indispensable la formación de responsables sobre nuevas tendencias en los nuevos modelos de negocio que se creen, los cuales deben conocer las posibilidades que ofrece en los negocios la aplicación de las TIC, promoviendo el contacto entre las empresas del sector para la formación de alianzas estratégicas, potencializando la creación de negocios basados en redes de empresas sectoriales, formando a los recursos humanos para que puedan operar en este entorno y sobre todo, facilitando asesoramiento y consultoría que ayude a la transformación.

A nivel empresarial no será fácil, lo cual requerirá en muchos casos la reorientación de los procesos de la empresa, algo así como una reingeniería de procesos; implantación de sistema central de gestión de todos los procesos de negocio, implantación de un portal de negocio que permita la comunicación fluida y flexible entre los elementos internos y externos de la empresa, mediante el uso de la internet, etc.

En sinergia con la academia, se requerirá la formación por competencias clave, con programas de formación desarrollados por centros de diseño y moda de clase mundial y programas de gestión eco-eficiente para empresas tanto del sector textil como de confección.

Finalmente, la investigación en nuevos materiales⁷⁴, que mejoren la regeneración celular en textiles especiales como biomateriales, bioingeniería de tejidos primarios, materiales bioactivos, que mejoren la calidad de los textiles, el desarrollo de nanofibras y de polímeros biodegradables, entre otras, son las principales tendencias en materiales que el sector de clase mundial investiga para entrar en nuevos nichos de mercado y ganar competitividad con mayor valor agregado en sus procesos.

⁷⁴ Tomado de nuevo escenario para el futuro de la cadena Fibra, Textil – Confección de Colombia, Mapa Tecnológico Estratégico - CIDETEXCO

BIBLIOGRAFIA

Agenda interna para la productividad y la competitividad. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación, 2007.

Agroindustria y competitividad: estructura y dinámica en Colombia (1992-2005). Observatorio Agrocadenas. Bogotá: Ministerio de Agricultura, 2006.

Anuario Estadístico 2008. Superintendencia de Puertos y Transporte

. Asobancaria. Semana Económica. Edición 767.

BPR Benchmark | Reportes Sectoriales, Confecciones 2009.

CHICA, Ricardo. El crecimiento de la productividad en Colombia. Bogotá: DNP-COLCIENCIAS- FONADE, 2006.

Convertir el Comercio en una herramienta de desarrollo; Comisión Europea Dirección General de Comercio.

Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia; Informe final, sector textil, confección, diseño y moda. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia, 2009.

Doing Business 2008 para Colombia. Banco mundial.

ECHEVERRY R. Rubén Darío, SILVA C. Tulio Ferney. Sectores estratégicos y oportunidades de comercio exterior [Proyecto Cali visión 2036 eje temático desarrollo tecno económico]. Cali: Universidad del Valle, Alcaldía Santiago de Cali, 2009.

El clúster de la cadena F/T/C, visión y escenarios. Bogotá: Cidetexco.

Encuesta Anual de Manufactura; DANE (2006)

Estudio de caracterización ocupacional del sector de fibras textil confección de Colombia. Bogotá: Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico Textil-Confecciones de Colombia, Cidetexco, 2000.

Evaluación del Impacto del TLC entre Colombia y Estados Unidos en la economía del Valle del Cauca, presentado por Fedesarrollo a la Cámara de Comercio de Cali. Cali: Fedesarrollo, 2005.

GRANT, R.M. Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Civitas, 1996.

HAUSMANN, R., D. RODRIK, A. VELASCO. Growth Diagnostics. Universidad de Harvard, 2005

INDACOCHEA C, Alejandro. La promoción del país y el desarrollo de ventajas competitivas. En: Revista Comercio Exterior, Volumen 51, Número 8, agosto de 2001.

Información Básica Departamental, Departamento Nacional de Planeación, Valle del Cauca, 2003.

Informe de coyuntura económica regional. Departamento del Valle del Cauca 2007. Dane – Banco de la Republica (2007)

Informe de exportaciones, inversión y turismo del Valle del Cauca. Cali: Proexport, 2009

Informe global de competitividad, 2010-11; Foro Económico Mundial

Informe la globalización en la cadena fibra textil confección. Bogotá: SENA, Colciencias y Cidetexto, 2003.

Informe nacional de competitividad 2010-2011; Consejo privado de competitividad Colombia.

Informe Visión Colombia II Centenario 2019. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación, 2004.

KRUGMAN, Paul R. OBSTFELD, Maurice. Economía internacional, teoría y política. 4 ed. España: Mc GrawHill, 1999.

La globalización en beneficio de todos; Comisión Europea, Dirección General de prensa y comunicación, Texto original terminado en diciembre de 2002.

LÓPEZ, Aura. Caracterización subsectorial, subsector confecciones. Cali: Centro de Calidad y Productividad de la Pontificia Universidad Javeriana, 1996.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Invierta en Colombia, Industria Textil y Confecciones. Sept. 2009,

NAVAS, J. E y GUERRAS, L. A. La dirección estratégica de la empresa, 2 ed. Madrid: Civitas, 1998.

Nuevos escenarios para el futuro de la cadena fibra, textil – confección de Colombia, mapa tecnológico estratégico. Bogotá: Cidetexco.

Observatorio de Competitividad del Valle del Cauca; DANE (2006)

PALAU, María del Mar. Directora de la cámara del algodón, fibras, textiles y confecciones, generando ingresos y empleo. En: ANDI. Mayo-junio 2010, Edición 222, p 43-49

PÉREZ, B. Una Visión sobre la estrategia de operaciones para la competitividad empresarial. Cali: Universidad del Valle, 2003.

Plan de Desarrollo 2008-2011, Diagnóstico sectorial del Valle. Cali: Gobernación del Valle del Cauca.

Plan Maestro Integral y de Desarrollo Sostenible del Valle del Cauca 2003-2015

PORTER, Michael E. La ventaja competitiva de las naciones. Aparicio M. Rafael Traductor. Javier Vergara Editor S.A. Argentina. 1991.

_____. Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Buenos Aires: Vergara, 1991.

_____. On Competition. Upd. Exp. edition. Harvard Business School Press, 2008.

RAMOS RAMOS, Rosario. Modelo de evaluación de la competitividad internacional: una aplicación empírica al caso de las Islas Canarias. España: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Tesis Doctoral, 2001.

ENLACES WEB:

www.bancoldex.gov.co

www.banrep.gov.co

Cidetexco www.textil-confeccion.com.co/

www.dane.gov.co

www.dnp.gov.co

www.inexmoda.org.co

www.minagricultura.gov.co/sistemas/informacion.htm

Gobernación del Valle del Cauca, Secretaría de Infraestructura,

<http://www.valledelcauca.gov.co/infraestructura/publicaciones.php?id=52>

Periódico la Republica. <http://www.larepublica.com.co/archivos/OPINION/2010-04-06/textiles-y-confecciones-balance-2009-y-perspectivas-201097081.php>.

Periódico el Universal. http://www.eluniversal.com/2009/10/10/eco_ava_sectores-colombianos_10A2877731.shtml