

Competitividad de las MiPyME del sector de ropa interior femenina frente al TLC Colombia Canadá y sus avances en I+D

J David Aldana / Guiselle Maritza Marcelo Torres
Lina Mariana Pulido Ruiz / Angélica Méndez.

Estudiantes de Negocios Internacionales (modalidad virtual), Universidad EAN. Integrantes del semillero de Investigación I+D Business.



Resumen

El presente artículo describe los conceptos básicos sobre los TLC, sus perjuicios y beneficios, enfocado a la industria de Ropa Interior Femenina (RIF) con relación al Tratado de Libre Comercio Colombia - Canadá desde su implementación en el año 2011. Por medio de un análisis exploratorio soportado en estadísticas de organismos públicos y privados, se evidencia el comportamiento del sector específicamente en el segmento PyME, se recogen conceptos y percepciones de los empresarios de esta industria, proporcionando elementos importantes para estudios posteriores con respecto a lo que debe ser la aplicación de políticas de Investigación y Desarrollo (I+D), a fin de mejorar la competitividad de las PyMEs colombianas de RIF en el mercado canadiense.

Palabras clave: *MyPyME, ropa interior femenina, Tratado de Libre Comercio (TLC), Investigación y Desarrollo (I+D).*



Competitiveness of small and medium enterprises in the lingerie industry towards the Colombia-Canada free trade agreement and its progress in research and development

Abstract

This article describes the basics of the Free Trade Agreements (FTA), and their disadvantages and benefits, focusing on the Women's Underwear Industry (WUI) and relating it to the Colombia-Canada FTA from the time of its implementation in 2011. It is through an exploratory analysis supported on the statistics of public and private agencies that the sector's performance is shown, specifically in the segment of the Small and Medium Enterprise (SME), and concepts and perceptions of entrepreneurs in this industry are collected, providing important elements for further studies regarding what the implementation of research and development policies should be in order to improve the competitiveness of Colombian WUI SMEs in the Canadian market.

Key words: *Small and Medium Enterprise (SME), Women's Underwear Industry (WUI), Free Trade Agreement (FTA), Research and Development (R&D).*



Compétitivité et amélioration des capacités de R&D des microentreprises du secteur des sous-vêtements féminins face au Traité de Libre Echange signé entre la Colombie et le Canada

Résumé

Cet article décrit les concepts fondamentaux, avantages et inconvénients du traité de libre-échange signé en 2011 entre la Colombie et le Canada pour l'industrie du sous-vêtement féminin. Notre analyse s'appuie sur les statistiques d'organismes publics et privés révélant le comportement de ce secteur d'activité. Nous y intégrons les concepts et perceptions des entrepreneurs et industriels du secteur qui apportent des éléments importants pour la réalisation d'études postérieures sur la mise en place de politiques de recherche et développement (R&D) pour l'amélioration de la compétitivité des PME colombiennes sur le marché canadien.

Mots-clés: MicroPME, Sous-vêtement féminin, Traité de libre-échange (TLE), Recherche et Développement (R&D).



Competitividade das MIPYME do setor de roupa íntima feminina em relação ao TLC Colômbia Canadá e seus avances em I+D

Resumo

O presente artigo descreve os conceitos básicos sobre os TLC, suas desvantagens e vantagens, enfocados à indústria da Roupa Íntima Feminina (RIF) com relação ao Tratado de Livre Comércio Colômbia – Canadá desde sua implementação no ano de 2011. Através de uma análise exploratória suportada por estatísticas de organismos públicos e privados, se evidencia o comportamento do setor especificadamente no segmento PYME, se coletam conceitos e percepções dos empresários desta indústria, proporcionando elementos importantes para estudos posteriores com respeito ao que deve ser a aplicação de políticas de Pesquisa Científica e Desenvolvimento, com o objetivo de melhorar a competitividade das PYMES colombianas de RIF no mercado canadense.

Palavras-chave: MPME , lingerie, Acordo de Livre Comércio (ALC) , Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

1. Introducción

Si hay una industria reconocida en Colombia es la de la ropa interior. Continuamente los diferentes medios de comunicación presentan nuevas empresas que se dedican a la comercialización de este tipo de productos y pertenecen a este sector de la economía. Hay marcas como Leonisa que tienen una tradición arraigada en el mercado colombiano y han expandido sus operaciones a nivel internacional, sin embargo no es el caso de la mayoría de las MiPyME de Ropa Interior Femenina (en adelante RIF) que se dedican a abastecer el mercado local. Al ampliar aún más la óptica, se puede observar que las exportaciones son insignificantes a pesar de que los productos son de buena calidad, y países como Canadá son un mercado en potencia, entonces el interrogante es ¿Se han beneficiado las MiPyME del sector confecciones RIF con el TLC Colombia Canadá?

La firma de un Tratado de Libre Comercio (TLC) es la oportunidad de expandir la industria a nuevos niveles, en especial cuando son mercados poco explorados como el canadiense. El desarrollo empresarial del sector RIF puede comprenderse mediante el análisis del crecimiento en la inversión de capital de trabajo en las empresas, el desarrollo de nuevas tecnologías y la generación de empleo desde la firma del tratado, y otras características por las cuales las organizaciones han evolucionado en sus parámetros de calidad y cultura organizacional. Este estudio aporta información sobre cómo las MiPYME avanzan con el paso del tiempo y la consecución del TLC Colombia-Canadá, analiza el rezago o estancamiento en la industria en el periodo que

lleva vigente el acuerdo, siendo una herramienta de análisis útil para estudios posteriores sobre la investigación, innovación y desarrollo de nuevas tecnologías en el campo RIF y en general en las confecciones colombianas que aspiren a ingresar a mercados internacionales.

2. Panorama del sector RIF en Canadá

Desde la entrada en vigencia del tratado el gravamen es cero, antes del acuerdo y dependiendo el material y la confección, el impuesto variaba entre el 8% y el 20%. Las ventajas están dadas por los perfiles que trabaja la industria colombiana exportadora que busca los segmentos de clase media y alta, si bien el sector no tiene una porción grande, ni tampoco Colombia está en los principales exportadores de RIF, si se ha posicionado como un mercado de calidad con reconocimiento mundial, aunque presenta fluctuaciones que tienden a la baja en los últimos años. La industria entonces, presenta el reto de ampliar su capacidad para ser competitiva en un mercado en el que la población percibe un alto nivel de ingresos. Las empresas productoras de RIF tienen predilección por el mercado local y regional, y aunque los requerimientos canadienses son exigentes, hay oportunidades mediante el mejoramiento de investigación y desarrollo para ganar mercado en Canadá.

Canadá se constituye como un país importante para Colombia debido a que es una de las naciones más ricas del mundo y ocupa el quinto lugar como país importador, genera el 2.6 % del PIB mundial y posee un mercado de 34 millones de consumidores con un ingreso per cápita de US\$38.614. Además, se ubica en el lugar 11 en

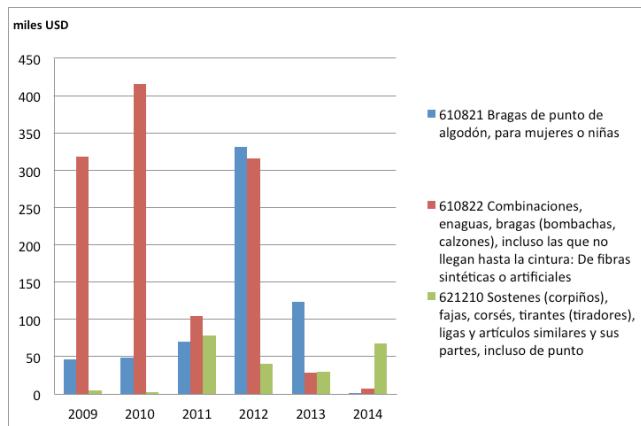
el ranking de flujos de inversión en el extranjero, debido a que posee normas claras y fijas sobre inversión (Statistics Canada, 2015). Por lo tanto, hay un panorama positivo para el crecimiento de las empresas en el sector RIF, esto reflejado en el aumento de los flujos comerciales al tener acceso real a un mercado extenso de alta demanda que representa grandes oportunidades para la oferta de exportación colombiana.



2.1 Exportaciones de RIF a Canadá durante el tratado

Como se puede observar (Figura 1), tanto en el 2009 como en el 2010 en las exportaciones RIF hay una mayor participación de bragas en fibras sintéticas, mientras que las exportaciones de estas en punto de algodón y sostenes presentan un monto bajo. Sin embargo, el comportamiento de estos dos últimos productos cambia en el 2011 con un incremento en sus exportaciones. En el 2012 aumentó la demanda de bragas con material de punto de algodón y sintético aunque en el 2013 y 2014 hubo un decremento. En resumen, entre el periodo 2009 - 2014 las exportaciones de RIF que más se realizaron hacia Canadá fueron bragas de fibras sintéticas a la que le siguen en punto de algodón (Trademap, 2015).

Figura 1. Comportamiento de las exportaciones colombianas de RIF a Canadá



Fuente. Elaboración propia con datos de Trademap.

3. Investigación y desarrollo

Para que los TLC sean acuerdos exitosos, deben ir acompañados de procesos y acciones en investigación y desarrollo, dicha gestión aporta al crecimiento, posicionamiento y competitividad a las empresas y productos, pero no basta sólo con la firma y puesta en marcha de los acuerdos, que de por sí son difíciles de conseguir, es necesario el fortalecimiento de las industrias. La inversión en investigación y desarrollo fue del 0.38% del PIB en los sectores público y privado, sin embargo así se busca concretar más acuerdos de libre comercio (Mincomercio, 2015), a diferencia de Estados Unidos, que invierte el 2.79% (Banco Mundial, 2015); estas inversiones están directamente ligadas con el crecimiento de la nación.

Para corroborar el comportamiento de la industria colombiana en cuanto a su avance en I+D, se realizaron entrevistas presenciales a industrias fabricantes de RIF en la ciudad de Bogotá, abarcando a exportadores enfocados al mercado canadiense y a otros países, y a empresas que sólo comercializan en el mercado local; la recolección de información se realizó por medio de un formato de preguntas, las cuales fueron analizadas posteriormente, arrojando los resultados requeridos para la sustentación de esta investigación. Las empresas entrevistadas fueron: Pettacci, Marie Louise, Creaciones Berthiuska, Ropa Íntima Carol e Isabella Internacional. Como se puede observar (Tabla 1), no todas las empresas están exportando a Canadá pero aun así se encuentran interesadas en tener relaciones comerciales, ante la oportunidad del tratado, estas empresas también aportan información sobre los impedimentos para la exportación a Canadá.

Tabla 1. Exportaciones de empresas colombianas a Canadá

Empresas	SÍ	NO
Pettacci		X
Marie Louise	X	
Creaciones Berthiuska		X
Ropa Íntima Carol		X
Isabella Internacional		X

Fuente. Elaboración propia con datos de las entrevistas.

3.1 Evolución de las MiPyMe colombianas durante el tratado

Al observar las empresas que aprovechan el TLC con Canadá, encontramos que se enfocan en nichos definidos, por ejemplo, mercados puntuales como los de mujeres de más de 50 años, y el mercado de RIF de línea sensual o moderna, esta distinción puede beneficiar a la empresa en el momento de la penetración en el nuevo mercado, pues mejora la capacidad de comercialización y el posicionamiento de la marca, lo cual se ve reflejado en los ingresos de las empresas y en la rapidez con el que se generan los pagos. Los empresarios entrevistados indican que realizan exportaciones de brasieres y bragas confeccionados con diferentes materiales textiles. Las cinco empresas entrevistadas corresponden al sector MiPyME y aunque todas son exportadoras, sólo dos de estas realizan exportaciones a Canadá, el total de las empresas entrevistadas perciben a Canadá como un mercado viable.

Para el sector de RIF la mayoría de las prendas que se exportan a Canadá requieren una certificación de origen para su debida aceptación



en el mercado, las empresas que exportan a Estados Unidos no tienen mayor problema, pues los requerimientos de fabricación y etiquetado no son tan estrictos. Sin embargo para la exportación a Canadá se requiere de especificaciones más detalladas, las cuales se deben adaptar a la anatomía de la mujer canadiense y los materiales de los que están hechas las prendas. Por otra parte una dificultad es la alta cantidad de insumos que deben adquirir las empresas colombianas para la producción, en comparación con la demanda de las empresas canadienses, lo cual les resulta más costoso, ya que al solicitar los insumos los empresarios encuentran que los cantidades de venta que ofrecen los productores colombianos de textiles rebasan la demanda canadiense, por lo que deben disminuir la oferta a productos puntuales asociados a nichos específicos de la población que limitan de cierta forma el potencial de los empresarios.

El desarrollo debe ser dependiente de la investigación y no de la necesidad del mercado y la presión de la competencia, la investigación aporta al desarrollo del producto y a los sistemas de producción, y por ende réditos en el mercado. Esta concepción no hace parte de la cultura empresarial colombiana, donde no se aprecia la investigación que genera beneficios a largo plazo y garantiza el fortalecimiento de la empresa, pasando por alto el hecho que así se desarrollan empresas competitivas y disminuyen tendencias como la actual, que indican que una empresa dura en promedio 12 años, según (Confecámaras, 2012), y en estas nunca hubo fortalecimiento de la marca respaldada en avances en investigación y desarrollo. Los empresarios en general adoptan nuevas tecnologías a la par de la obligación del mercado, y no de la innovación que genere competitividad y aprovechamiento de los TLC que contrae el país.

3.2 Evolución económica

Los empresarios mencionan que no han aumentado la exportación desde la firma del tratado de libre comercio con Canadá, porque no han profundizado la cultura canadiense y consideran que la infraestructura colombiana no provee suficiente información sobre la cultura de negociación, el potencial del acuerdo y el apoyo a los productores de materias primas, este comportamiento deriva en un estancamiento en la generación de empleo, pues en la medida en que la oferta no mejore, los índices como la ocupación no presentarán mejoría.

En cuanto a la competencia con empresas de diferentes países los empresarios coinciden en que la producción China es la principal, y la

causante del cierre de muchas empresas del sector por el bajo costo de sus productos y no sólo de productos deficientes si no de productos de calidad. Los insumos de ese país de buena calidad cuentan con apoyo del estado en la cadena de producción, es decir, la interacción entre los proveedores y los fabricantes de RIF, así mismo destacan la falta de socialización de los tratados y la capacitación de los empresarios para la atención del cliente, no sólo en la venta si no en la post venta. Sin embargo, los chinos tienen tendencia a producir en masa, y en Canadá prefieren productos especializados y bajas cantidades de un solo producto para generar diversidad ante el tamaño del mercado, por lo que se generan oportunidades para las MiPyMES colombianas.

3.3 Investigación y desarrollo

Los empresarios de las MiPyMEs colombianas tienden a confundir la investigación y el desarrollo con la adquisición de nuevas tecnologías, en la medida en que el mercado presiona por nuevos productos sin que surjan iniciativas derivadas de la investigación, y que no necesariamente sean maquinaria, como la agilidad de los procesos, el uso de nuevas materias primas e incluso la articulación con los empresarios productores de insumos que favorezcan a las dos partes. Es por esto que es necesario invertir en investigación, y que se consoliden alianzas para que la industria adquiera e implemente conocimientos que culminen en desarrollo empresarial sostenible y competitivo. Además el tratado implica que los insumos deben ser del país exportador, por lo que se tiene que contar con una certificación de

origen. Las empresas para el rubro de RIF no optan por la tercerización y se basan en terminados meticulosos de las prendas, además no utilizan ningún programa de apoyo gubernamental en el sector de investigación como Colciencias. Las empresas que tienen beneficios con respecto a los impuestos, como las que están ubicadas en zona franca, aprovechan el recurso para importar maquinaria, sin embargo se evidencia una ausencia de investigación en el campo de nuevas tecnologías que optimice los procesos productivos, pues la maquinaria es sustituida por la necesidad en la producción y no por que se evidencie un proceso de investigación dirigido a un desarrollo a mediano o largo plazo.

Las empresas colombianas destacan su calidad como un diferencial ante la competencia, aunque los insumos son costosos, no han caído en la tentación de disminuir la calidad para mejorar sus ventas, pues consideran que a largo plazo no es beneficioso, ahora bien, las empresas exportadoras a Canadá resaltan la importancia del servicio como cultura y este factor frente a la competencia fuerte de China es un diferencial, el servicio post venta para un mercado exigente como el canadiense es una ventaja a largo plazo.



4. Conclusiones

Teniendo en cuenta la información obtenida se puede concluir que las MiPYMES colombianas del sector RIF, cuentan con grandes oportunidades para incursionar en el mercado canadiense; su competitividad ha aumentado desde la entrada en vigencia del tratado haciendo que sus productos sean aceptados y altamente demandados, estos cuentan con excelentes estándares de calidad, lo que les permite ser comercializados fácilmente en las diferentes ciudades canadienses. Por otra parte, el estado colombiano brinda apoyo por medio de organismos como Procolombia estando presente y manteniendo un acompañamiento continuo en las exportaciones y negociaciones establecidas en el Tratado de Libre Comercio COL-CAN.

Actualmente las MiPYMES de la industria de confecciones cuentan con apoyo en términos de Investigación y Desarrollo por parte de entidades públicas, privadas y mixtas que impulsan la competitividad en las mismas los cuales no son altamente aprovechados. Por tal motivo, es importante que las empresas saquen ventaja de los programas que ofrecen las diferentes instituciones, de modo que haya generación de resultados fructuosos como lo son: la adaptación de mejores procesos de producción, innovación en maquinaria, generación de conocimientos en diseño y calidad, entre otros. De esta forma las PyMES colombianas ganarán diferenciación frente a la competencia internacional y cubrirá en forma eficiente los diferentes requerimientos de los consumidores canadienses. La investigación y desarrollo son factores críticos en las empresas

pues invierten poco en este aspecto ante el afán de la comercialización y no de la permanencia en el tiempo, las capacidades empresariales de la industria RIF colombiana son altas demostradas en el posicionamiento que se tiene como nación asociada con la calidad en este sector, pero mercados como el canadiense son el reto para la consolidación por medio del desarrollo que puedan lograr proveniente de la investigación en los próximos años.

Referencias bibliográficas

- Banco Mundial. (2015). *Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB)*. Recuperado de: <http://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>
- Confecámaras. (2012). *Confecamaras Red de Camaras de Comercio*. Recuperado de: <http://www.confecamaras.org.co/contactenos>
- StatisticsCanada. (2015). *Lastest indicators*. Recuperado de <http://www.statcan.gc.ca/start-debut-eng.html>
- Trademap. (2015). *Estadísticas de comercio internacional*. Recuperado de <http://www.trademap.org/Index.aspx>