

# Cluster de OPORTUNIDADES

## La capital del país aspira a convertirse en centro internacional de negocios de moda

**B**ogotá puso en marcha, hace cerca de dos años, el novedoso proyecto dirigido a conformar un *cluster* de la moda en la capital del país, con la vinculación de los sectores de diseño de modas, textiles y confecciones; de cuero, calzado y marroquinería, y de joyería y bisutería.

Entre las razones que llevaron al alcalde Samuel Moreno a formular la propuesta figuran las siguientes: “el 24.7 por ciento del empleo en la ciudad depende de las cadenas productivas que conforman la moda en la región, Bogotá concentra el mayor número de establecimientos de confección, diseño y moda del país, casi el 65 por ciento de la moda se consume en nuestra región y en los últimos diez años hemos duplicado la producción en la industria de la moda”, asegura la secretaria de Desarrollo Económico de Bogotá, Mariela Barragán.

Agrega que el mayor número de diseñadores del país está ubicado en la ciudad, mientras que 53 por ciento de la producción de textiles, 45 por ciento de la de confecciones y 57 por ciento de las actividades de fabricación de calzado, de prendas de vestir en cuero y de tratamiento de cueros se concentran en la región. Además, Bogotá enfoca en estos momentos sus esfuerzos al diseño y a la generación de valor agregado

en sus productos, y al desarrollo de colecciones y de marcas propias, “lo que nos dará un factor diferenciador y de mayor competitividad frente a otras regiones”.

En algunos estudios sobre estos sectores se identificaron factores determinantes, por ejemplo, en la actividad de la confección que han contribuido al progreso y a la consolidación de las empresas del ramo, tales como la capacidad para absorber nuevas tecnologías y la existencia de mano de obra importante con cierto nivel de calificación, comenta la asesora de

la Secretaría de Desarrollo de Bogotá, Teresa Lezcano.

Tales investigaciones también revelaron que la cadena de cuero, calzado y marroquinería tiene potencial competitivo a partir de la calidad del producto, mientras que en el caso de la joyería se evidencia la inclinación a invertir en diseño con la finalidad de generar mayor valor agregado en el producto. Este diagnóstico general llevó a definir los frentes de acción, con miras a alcanzar una mayor competitividad: mejorar la calificación de la mano de obra, desarrollar la infraestructura instalada, y promover el conocimiento del mercado y la comercialización de los productos.

Lezcano sostiene que el plan de desarrollo de Bogotá para el período comprendido entre el 2008 y el 2012 señala que el trabajo en alianzas estratégicas, en asociaciones, en redes empresariales o en esquemas industriales de tipo *cluster* constituyen las opciones organizacionales más favorables y económicamente sostenibles para la capital del país y la región circundante, esquemas cuyo éxito dependerá de la creciente conciencia entre los industriales acerca de la importancia de trabajar unidos, en aras de crear ventajas competitivas.

Lezcano cree que las empresas que conforman el tejido empresarial de la ciudad son instrumentos para lograr



Secretaria de Desarrollo Económico de Bogotá, Mariela Barragán.

riqueza. En consecuencia, cualquier mecanismo de interacción entre la academia, el sector público, el sector privado y los centros de desarrollo, que favorezca la mayor competitividad, la generación de empleo y que estimule la innovación en las cadenas productivas del *cluster* de la moda, será apoyado por la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá. Recalca que el objetivo fundamental del *cluster* es convertir a Bogotá en la capital del diseño, los negocios y la innovación.

### Pilares tácticos

Con el fin de procurar el desarrollo de las tres cadenas productivas, el *cluster* dispone de los siguientes ejes estratégicos: institucional, formación y capacitación, emprendimiento, desarrollo e innovación, intermediación de mercados, y financiero. Cada uno de estos cuenta con diversas iniciativas de apoyo. Por ejemplo, en materia de formación figura el centro de servicios empresariales para la productividad y el trabajo, ubicado en Plaza de los Artesanos de Bogotá, “donde se han establecido, conjuntamente con el SENA y otras instituciones, alianzas que han permitido ofrecer a los empresarios de confecciones y de marroquinería, formación complementaria y un centro de diseño, con servicios adecuados a sus necesidades”, acota Lezcano.

En cuanto a la promoción de la intermediación de mercados se han organizado: el festival urbano de moda, las macrorruedas de negocios, la participación de diseñadores y empresarios en ferias internacionales y misiones tecnológicas. De otro lado, se ha puesto en marcha la Semana Internacional de la Moda de Bogotá, se ha brindado apoyo a ferias especializadas como la Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología (EICI).



Asesora de la Secretaría de Desarrollo Económico, Teresa Lezcano.

Asimismo, “hemos desarrollado una nueva metodología para la conformación de redes empresariales y sistemas asociativos dirigida al *cluster* de la moda de Bogotá; esta nos va a permitir que las alianzas productivas sean sostenibles en el tiempo. Adicionalmente, se han creado programas a



Gerente de prendas de vestir de Proexport, Silvia Reyes.

la medida en gestión de diseño que le permiten a las empresas acceder a consultores, sin costo alguno”, afirma Lezcano.

Precisa que en el *cluster* también participan centros de investigación y desarrollo, instituciones académicas, entidades del sector público nacional, gremios como Acicam y todas las empresas e instituciones conexas con los sectores productivos de la moda.

El presidente ejecutivo de la Asociación colombiana de industriales del calzado, el cuero y sus manufacturas (Acicam), Luis Gustavo Flórez, asegura que el *cluster* corresponde a una estrategia fundamental de la política industrial que recoge mecanismos transversales de integración para la innovación y la reestructuración productiva de las empresas de las tres cadenas vinculadas al proyecto.

Precisa que en atención a la gran densidad de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) del país, los esfuerzos públicos y privados se deben enfocar en la promoción de la cultura asociativa entre los industriales como principio aglutinante en torno a propósitos comunes.

Según Flórez, la propuesta de constituir un *cluster* exige la formulación de metas de largo plazo, tal como se ha hecho en Novo Hamburgo (Brasil) y León (México), al igual que en otras urbes del mundo. Además, la figura requiere ser incorporada en la lista de las prioridades de los planes de desarrollo de las ciudades y los departamentos, en donde se ubican las unidades productivas que van a formar parte del *cluster*. En el caso de Bogotá y Cundinamarca, el plan de desarrollo regional no puede dejar de lado la visión de largo plazo, en lo concerniente a este modelo de desarrollo industrial, que promete un sustancial impacto económico y social, asevera el directivo gremial.

Desde la formulación del proyecto hasta su actual fase como *cluster*, el gobierno de la capital del país ha destinado más de seis mil millones de pesos, recursos que se han invertido en actividades de formación, búsqueda de nuevos mercados, promoción al emprendimiento, desarrollo de redes empresariales y de alianzas productivas, e innovación, entre otras.

### Progreso integral

De otro lado, la gerente de prendas de vestir de Proexport, Silvia Reyes, dice que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el organismo promotor de las exportaciones Proexport, Acicam y las empresas de la cadena productiva de cuero, calzado y marroquinería han trabajado en el *cluster* de la moda de Bogotá, en procura de la evolución en los aspectos de producción, diseño y valor agregado.

Reyes precisa que Proexport ha desplegado esfuerzos importantes para la capacitación de los empresarios del sector, a fin de lograr que conformen una oferta exportable competitiva, labor que se ha adelantado sin olvidar el apoyo orientado a que se acerquen a los nichos de mercado que aprecian los productos con valor agregado.

Reyes considera que el trabajo adelantado hasta ahora con el *cluster* de la moda de Bogotá no generará resultados en corto tiempo, sino a mediano plazo. Explica que el objetivo apunta a potenciar las ventajas comparativas existentes en las cadenas que participan en el *cluster* y a partir de ese punto desarrollar las llamadas ventajas competitivas que exigen altos estándares en creatividad e innovación. La ejecutiva de Proexport aboga porque perdure la integración de los empresarios del *cluster* en torno a propósitos comunes, porque tal unión les permitirá fortalecer sus ventajas comparativas y forjar las competitivas.

Entre tanto, para el director del Círculo de la Moda de Bogotá, Arturo Tejada, el proyecto del *cluster* constituye quizás la iniciativa más importante que ha tenido la ciudad, con participación pública y privada, orientada a promover la evolución del pensamiento empresarial individual hacia el pensamiento estratégico como *cluster* que aglutina a tres cadenas productivas.

Tejada explica que hoy cualquier iniciativa de desarrollo económico corresponde a los industriales, mientras que los gobiernos deben actuar como facilitadores de tales propuestas. Considera que luego de casi dos años de labores, la idea del *cluster* ha tenido buena acogida, "porque ya estamos sentados a la mesa de trabajo un grupo destacado de empresarios, algunos de los gremios más importantes de la capital del país y se están empezando a tomar acciones, con el aporte de la Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico". Agrega que la expectativa es que muy pronto éste

proyecto se convierta en una política pública para la ciudad.

Los avances de las tres cadenas productivas a instancias del *cluster* de la moda se verán en el largo plazo, asegura Tejada, quien aclara que el progreso se evidenciará en el aumento de la competitividad de esos tres sectores económicos, en el cambio de la cultura empresarial, en la incorporación del desarrollo tecnológico y en una oferta de productos y servicios acordes con las tendencias del mercado global.

Tejada recalca que la unión de estas cadenas es la única posibilidad para competir en el mercado local y en el internacional, "porque la moda se vende como sistema. La única alternativa que tenemos ante el reto de la globalización es la asociatividad, es decir que unidos podemos ser mejores". El mensaje a la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería es que tendrá que hacer una transformación profunda en materia de innovación, sin olvidar que esta no comprende solamente las ideas geniales, sino que se debe recurrir a la creatividad y al desarrollo de productos y servicios de manera congruente con las expectativas del mercado, puntualiza Tejada.

El *cluster* de la moda de Bogotá se considera una de las experiencias económicas más importantes del país, porque permitirá probar la capacidad de tres cadenas productivas para crear ventajas competitivas, que se pueden forjar sólo con el empeño de los empresarios en capacitar a sus trabajadores, en modernizar sus fábricas y en promover el diseño creativo de los productos. Si se logran avances significativos en estos aspectos, las prendas de vestir, el calzado, la marroquinería y la joyería colombianos comenzarán a marcar la pauta de la moda internacional en pocos años. ■



Director del Círculo de la Moda de Bogotá, Arturo Tejada.