

EL CLUSTER DE LA CADENA F/T/C

VISION Y ESCENARIOS

MARCOS JARA
Director Ejecutivo
CIDETEXCO

Retos y Desafíos

- Mejorar continuamente la tecnología de producción y los métodos de distribución e innovando mediante el diseño de nuevos productos.
- Desarrollar nuevos materiales de valor agregado para aplicaciones en múltiples sectores.
- Enfrentar los nuevos requerimientos tecnológicos con el propósito de proteger el medio ambiente o el consumidor.

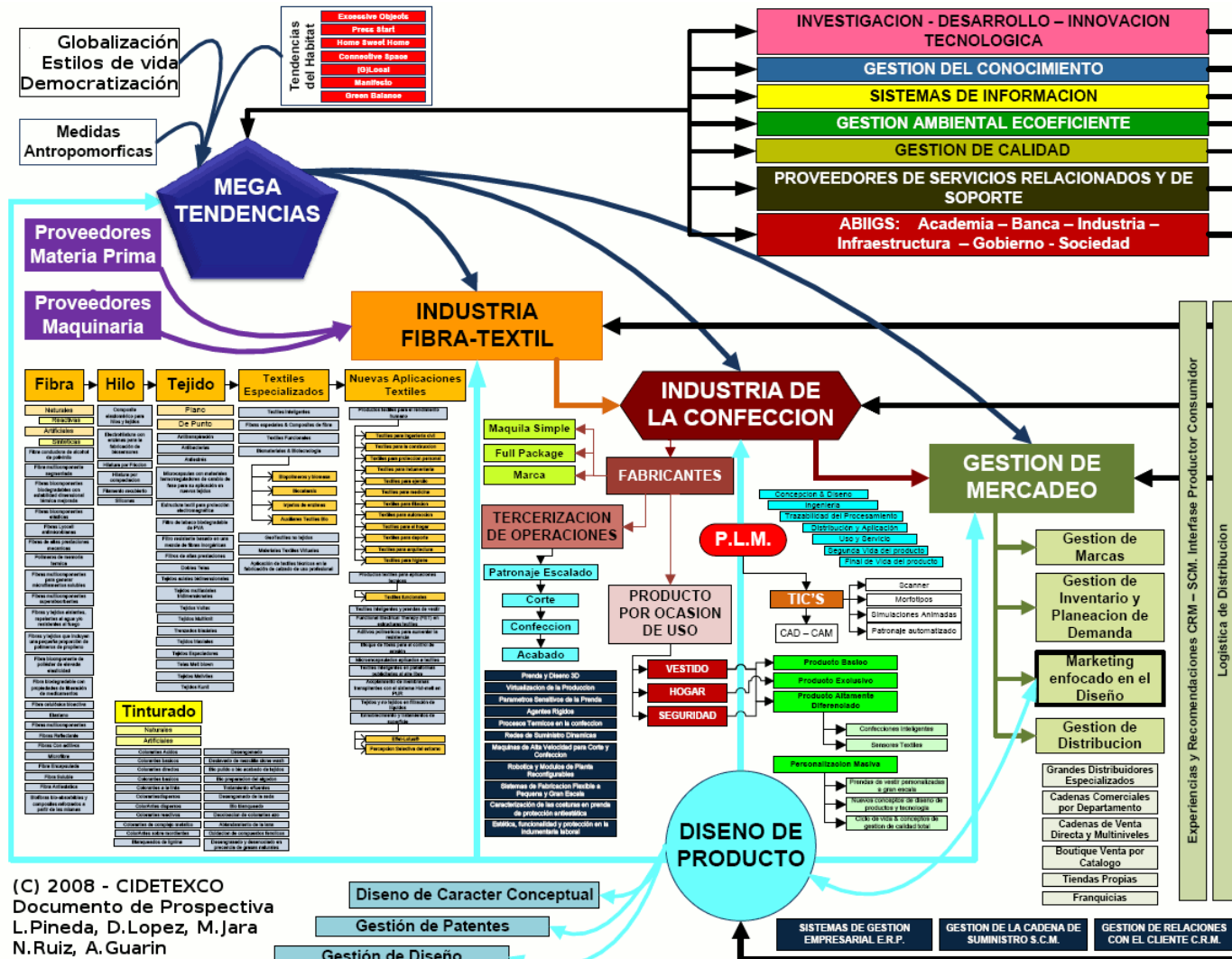
Retos y Desafíos

- Eliminar las violaciones a los derechos de propiedad intelectual y/o patentes.
- Formación de talento humano altamente calificado para procesos de diseño, producción, servicios y logística.
- Desarrollo de programas de formación por competencias laborales

Retos y Desafíos

- Reducción de costos en la adopción de tecnologías transversales.
- Aumento de la capacidad de negociación mediante el logro de economías de escala.
- Diferenciación de producto para mejorar márgenes de utilidad.
- Mejoramiento del servicio al consumidor final.

Mapa tecnológico de la cadena



(C) 2008 - CIDETEXCO
 Documento de Prospectiva
 L.Pineda, D.Lopez, M.Jara
 N.Ruiz, A.Guarin

El Dilema

- ¿Qué hace el cluster?
- ¿Cuál es la meta del cluster?
- ¿Cuál es el segmento de clientes?
- ¿Cuáles son sus impulsores?
- ¿Cuáles son sus inhibidores?
- ¿Cuáles son sus competencias claves?
- ¿Cuál es el mercado potencial y donde se encuentra?
- ¿Cómo medir el éxito de la estrategia?

El Dilema

- ¿Qué hace el cluster?
- ¿Cuál es la meta del cluster?
- ¿Cuál es el segmento de clientes?
- ¿Cuáles son sus impulsores?
- ¿Cuáles son sus inhibidores?
- ¿Cuáles son sus competencias claves?
- ¿Cuál es el mercado potencial y donde se encuentra?
- ¿Cómo medir el éxito de la estrategia?

EL CLUSTER DE LA CADENA F/T/C

Muchas
Gracias

EL CLUSTER DE LA CADENA F/T/C

VISION Y ESCENARIOS

MARCOS JARA
Director Ejecutivo
CIDETEXCO



www.textil-confeccion.com

La cadena textil y de confecciones a nivel global es cada día más exigente. Se ha acelerado la obsolescencia de producto, la decisión de compra que tradicionalmente se hizo basada en el precio, hoy es mucho más compleja, variables como tiempo de respuesta, relación costo/servicio, incertidumbre en transporte, infraestructura, mejores prácticas empresariales y hasta problemas políticos, se tienen en cuenta al momento de la decisión, aumentando fuertemente las presiones sobre la cadena de suministro.

El enfoque es desarrollar una serie de prácticas y técnicas que procuren mejoras en la respuesta a las fluctuantes demandas del mercado textil y confecciones. Este manejo de las demandas requiere mejoras en la tecnología de información, compartir información crítica en toda la cadena, una alta dependencia entre los socios de la cadena basada en confianza, para trabajar en conjunto en la eficiencia operacional de toda la cadena.

La clave está en la incorporación del pensamiento estratégico dentro de las empresas para poderlas adaptar a la fuerte competencia que se continuara agudizando en los próximos años. Este pensamiento estratégico deberá favorecer la Innovación, tanto en procesos de producción y servicios, para llegar al mercado con productos altamente diferenciados en nichos de mercados especializados.

Retos y Desafíos

- Mejorar continuamente la tecnología de producción y los métodos de distribución e innovando mediante el diseño de nuevos productos.
- Desarrollar nuevos materiales de valor agregado para aplicaciones en múltiples sectores.
- Enfrentar los nuevos requerimientos tecnológicos con el propósito de proteger el medio ambiente o el consumidor.

•La industria colombiana de F/T/C tiene que mantener su ventaja competitiva mejorando constantemente la tecnología de producción y los métodos de distribución e innovando mediante el diseño de nuevos productos. La inversión en innovación, investigación y desarrollo y la rápida adopción de tecnologías de punta de información y comunicación son factores cruciales de éxito.

•Las empresas deberán enfrentar la globalización con flexibilidad y especialización, con este objetivo se extenderá el uso de procesos de fabricación no convencionales, máquinas modulares y de alta velocidad y arquitecturas de controles abiertos que permiten ganancias sin precedentes en rapidez, flexibilidad y precisión.

•El medio ambiente, la salud y la seguridad y sus regulaciones respectivas son las principales preocupaciones con las que se enfrenta la industria mundial en el futuro. El interés por el impacto medioambiental va más allá del reciclado de componentes, tanto los materiales como el diseño se ven afectados por conceptos de reciclabilidad. Por otro lado, el uso de recursos de material y energía limitados son problemas con una importancia creciente que potencian el reciclado de fluidos contaminantes y componentes y el ahorro de energía.

Retos y Desafíos

- Eliminar las violaciones a los derechos de propiedad intelectual y/o patentes.
- Formación de talento humano altamente calificado para procesos de diseño, producción, servicios y logística.
- Desarrollo de programas de formación por competencias laborales

• Dado que la moda y el diseño son ventajas competitivas claves de la industria T/C, las violaciones a los derechos de propiedad intelectual y/o patentes pueden socavar esas ventajas y reducir el retorno de la inversión en esas áreas.

• El talento humano será clave para afrontar los retos futuros. La demanda por personal cada vez más calificado, operarios que deberán familiarizarse con entornos informáticos y tecnologías de programación específicas y alimentar las máquinas con sus conocimientos y experiencias prácticas. El aprendizaje se debe dar en tres niveles: individual, grupal y organizacional.

• Otro problema es el desarrollo de programas de formación por competencias laborales, situación que no se puede resolver mediante la aplicación de contenidos curriculares básicos y genéricos. Para tener éxito en el desarrollo de competencias laborales se requiere no solo un nivel específico sino un conocimiento muy alto de las nuevas prácticas y las nuevas tecnologías

Retos y Desafíos

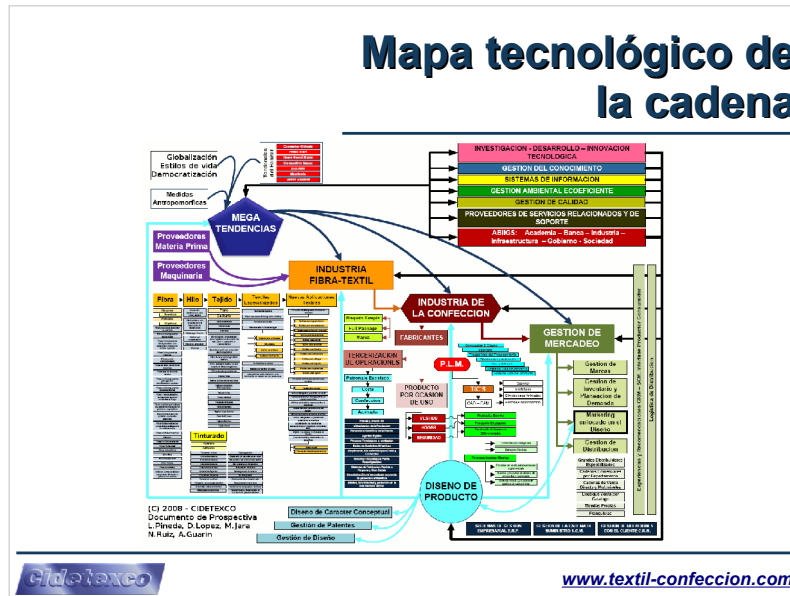
- Reducción de costos en la adopción de tecnologías transversales.
- Aumento de la capacidad de negociación mediante el logro de economías de escala.
- Diferenciación de producto para mejorar márgenes de utilidad.
- Mejoramiento del servicio al consumidor final.

La reducción de costos, sigue siendo un hito importante de los planes tecnológicos y estratégicos de las empresas de clase mundial. El incremento significativo del costo de la mano de obra en los países occidentales, el elevado capital requerido para automatizar los procesos y las duras regulaciones medioambientales son los principales obstáculos con los que se encuentran las industrias para ser globalmente competitivas.

Considerando las brechas de competitividad que tiene la cadena FTC de Colombia, los objetivos y las estrategias tecnológicas y de innovación y las acciones para cerrar las brechas, la estrategia debe buscar lograr:

- Reducción de costos en la adopción de tecnologías transversales (como sistemas de información).
- Aumento de la capacidad de negociación por el logro de economías de escala.
- Diferenciación de producto para mejorar márgenes de utilidad.
- Mejoramiento del servicio al consumidor final.

Mapa tecnológico de la cadena



El sector textil constituye una de las cadenas industriales más largas y complicadas. Se trata de un sector fragmentado y heterogéneo en el que predominan las PYME y cuya demanda tiene su origen básicamente en tres usos finales: confección (43.5%), ropa de hogar(33%) y aplicaciones inteligentes (23.5%).

El sector textil consta de numerosos sub-sectores que abarcan todo el ciclo de producción, desde las materias primas (fibras naturales y artificiales) y los productos semi-procesados (artículos de hilo, tejidos y géneros de punto con sus procesos de fabricación) hasta los productos finales (alfombras, ropa de hogar, ropa de confección y artículos textiles de uso industrial).

Unido a lo anterior, nuevas tecnologías prometedoras pueden abrir la vía a mercados inesperados y una serie de iniciativas variadas están fomentando la colaboración y el trabajo en red, la conformación de clusters, de plataformas tecnológicas de esta industria tradicionalmente secreta.

Una primera y definitiva reflexión debe concluir que el Cluster tiene que enfocarse a un eslabón específico, a una producción específica, y a unos segmentos de mercado específicos

El Dilema

- ¿Qué hace el cluster?
- ¿Cuál es la meta del cluster?
- ¿Cuál es el segmento de clientes?
- ¿Cuáles son sus impulsores?
- ¿Cuáles son sus inhibidores?
- ¿Cuáles son sus competencias claves?
- ¿Cuál es el mercado potencial y donde se encuentra?
- ¿Cómo medir el éxito de la estrategia?

Cidetexco

www.textil-confeccion.com

La industria Fibra Textil Confección tiene ante sí el duro desafío de una competencia sin precedentes, especialmente porque existe un reacomodamiento de los macro procesos que conforman la cadena de valor. En los últimos años la industria se ha visto enfrentada con enormes desafíos: la finalización del acuerdo sobre los textiles y el vestido, el aumento en la mano de obra, el desarrollo de nuevos materiales y la automatización de la producción. Hoy la legitimación de China en el comercio, la oferta de mano de obra barata en Bangladesh, Vietnam y Marruecos, el futuro TLC con Estados Unidos y el ingreso de las marcas de lujo a nuestro propio mercado están amenazando la supervivencia de nuestra actual estructura productiva.

Dada la complejidad que presenta la cadena y el negocio de los textiles y prendas de vestir, el cluster, como lo sugiere el investigador asociado de Cidetexco Leonardo Pineda Serna, se tiene que abordar tomando en consideración el mapa tecnológico de la cadena, la referenciación de las mejores prácticas de clase mundial, frente a las de nivel local para consolidar y elaborar un plan de negocios y un mapa estratégico que ofrezca respuestas a: ¿Qué hace el cluster?, ¿Cuál es la meta del cluster?, ¿Cuál es el segmento de clientes?, ¿Cuáles son sus impulsores?, ¿Cuáles son sus inhibidores?, ¿Cuáles son sus competencias claves?, ¿Cuál es el mercado potencial y donde se encuentra?, ¿Cómo medir el éxito de la estrategia?

El Dilema

- ¿Qué hace el cluster?
- ¿Cuál es la meta del cluster?
- ¿Cuál es el segmento de clientes?
- ¿Cuáles son sus impulsores?
- ¿Cuáles son sus inhibidores?
- ¿Cuáles son sus competencias claves?
- ¿Cuál es el mercado potencial y donde se encuentra?
- ¿Cómo medir el éxito de la estrategia?

Ciertamente, sabemos donde estamos pero no para donde vamos.

Necesitamos explorar lo que el profesor Francisco Mojica denomina Futuros probables, Futuros posibles, Futuros deseables.

Resulta imperativo definir primero las metas que se quieren alcanzar, la estrategia para cumplirlas y las acciones para saber como hacerlo.

No será posible construir una Cadena T/C competitiva, sin una base y tejido empresarial eficientemente articulados en torno al agrupamiento. Por ello, la estrategia para el cluster del sector textil confección debe determinar cuales son las líneas de actuación necesarias para conformar un entorno adecuado, y así lograr la mayor articulación del tejido empresarial y productivo, como paso previo para alcanzar el éxito competitivo.

EL CLUSTER DE LA CADENA F/T/C

Muchas
Gracias