

1-1-2015

Análisis de competitividad bajo criterios e indicadores financieros del sector de las confecciones de Bogotá para el periodo 2009 – 2013

Adriana Carolina Lara Parra

Yessica Alexandra Torres Parra

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Lara Parra, A. C., & Torres Parra, Y. A. (2015). Análisis de competitividad bajo criterios e indicadores financieros del sector de las confecciones de Bogotá para el periodo 2009 – 2013. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/91

This Trabajo de Grado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**Análisis de competitividad bajo criterios e indicadores financieros del sector de las
confecciones de Bogotá para el periodo 2009 - 2013**

**Adriana Carolina Lara Parra
Yessica Alexandra Torres Parra**

**Universidad de la Salle de Colombia.
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Programa de Administración de Empresas
Bogotá D.C.**

2015

**ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD BAJO CRITERIOS E INDICADORES
FINANCIEROS DEL SECTOR DE LAS CONFECCIONES DE BOGOTÁ PARA EL
PERIODO 2009 - 2013**

Adriana Carolina Lara Parra¹

Yessica Alexandra Torres Parra²

*“Si deseas tener éxito, debes buscar nuevos caminos, en lugar de recorrer los caminos
tradicionales del éxito, que todos conocen”*

John D. Rockefeller

Resumen

El presente artículo, muestra los resultados obtenidos a partir de un análisis comparativo realizado a 10 empresas pertenecientes al sector de las confecciones de la ciudad de Bogotá. Con el fin de determinar la situación competitiva señalada, se hizo uso de 4 indicadores financieros (ROA, Margen Neto, EBITDA, Modelo Dupont). Dicho proceso se llevó a cabo por medio de una investigación de tipo descriptivo basada en la recolección de información financiera consignada en fuentes secundarias, a través de las cuales se determinó que, a pesar de ser un sector altamente competido, es afectado por variables de riesgo importantes como el contrabando, además cuenta con fortalezas importantes relacionadas con la eficiencia de las inversiones realizadas, las cuales posibilitan la generación de ventajas competitivas.

¹ Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle, décimo semestre.
E-mail: ladriana94@unisalle.edu.co

² Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle, décimo semestre.
E-mail: tyessica12@unisalle.edu.co

Palabras Claves

Competitividad, Información financiera, Rentabilidad, Indicadores, Sector de las confecciones.

Abstract

This article shows the results obtained from a comparative analysis carried out to 10 companies belonging to the sector of clothing in the city of Bogota. In order to determine the designated competitive situation, it made use of 4 financial indicators (³ROA, Net Margin, ⁴EBITDA and Model Dupont). This process was carried out through an investigation of descriptive based on the collection of financial information consigned on secondary sources, through which it was determined that, despite being a sector highly competed, it is affected by important risk variables such as smuggling, also has important strengths related to the efficiency of investments which enable the generation of competitive advantages.

Key Words

Competitiveness, Profitability, Financial Information, Indicators, Clothing sector.

Introducción

Históricamente, la industria textil en Colombia ha sido una de las más representativas de la producción nacional. A lo largo de sus más de 100 años se ha venido desarrollando como una cadena productiva consolidada y experimentada en diversos campos que la han distinguido dentro de la producción nacional por su calidad, innovación, diseño y mano de obra.

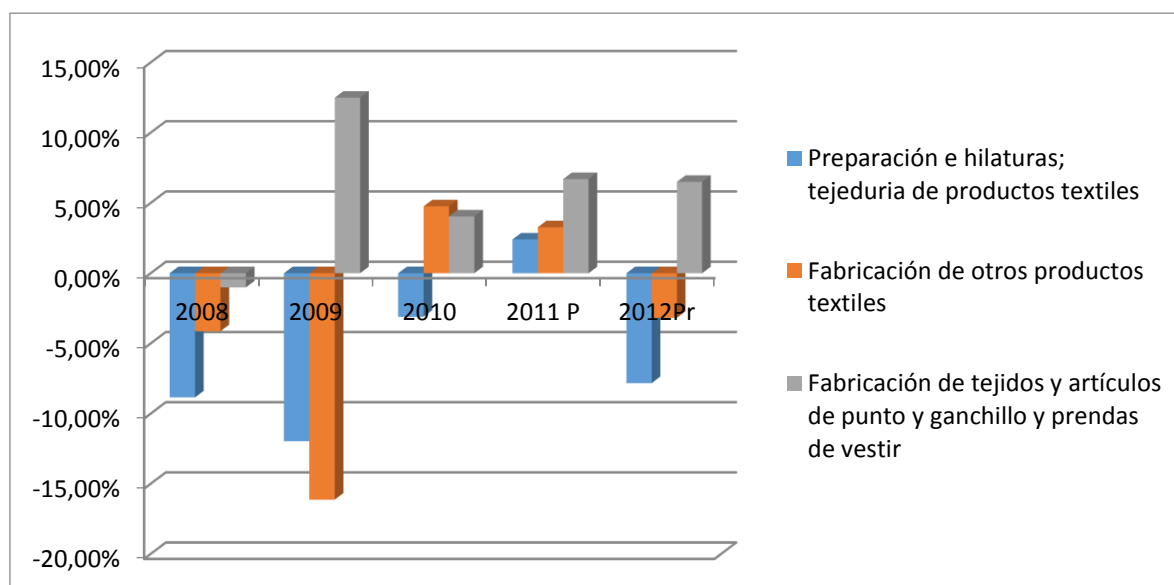
³ ROA: Return on Assets - Rentabilidad sobre los Activos

⁴ EBITDA: Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization, - Utilidad antes de impuestos, depreciación y amortización.

El sector textil está constituido principalmente por tres grandes actividades económicas agrupadas: en preparación e hilaturas; tejeduría de productos textiles, fabricación de otros productos textiles y fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir. Estas actividades económicas, en el contexto colombiano, se han desarrollado en mayor medida en ciudades como Medellín, Bogotá, Ibagué, Cali y Risaralda; llegando a representar cerca del 7,5% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, lo que lo convierte en el sector de exportaciones no tradicionales más importante. (Inexmoda, 2010)

Para evidenciar lo mencionado anteriormente en cuanto a la participación, se hace necesario identificar las variaciones que ha tenido el PIB del sector de las confecciones durante los años 2008 a 2012 en sus diferentes subsectores, lo cual se muestra en la siguiente figura:

Figura 1. Variación del PIB de los subsectores 2008 - 2012.



Fuente: Elaboración Propia, a partir del DANE.

En lo referente a la participación que tiene la industria en el PIB nacional, se observó para el año 2012, un decrecimiento del -0,7% con respecto al año 2011, representando el 1,17% del PIB Nacional y el 9,82% de la industria manufacturera.

Preparación de hilaturas; tejeduría de productos textiles presentó una variación negativa del -7,8%, Fabricación de otros productos textiles -3,2%, el subsector Fabricación de tejidos y prendas de vestir presentaron un crecimiento del 6,5%.

En cuanto a las importaciones y exportaciones, Colombia es el proveedor número 31 de confecciones a Estados Unidos, superado por los países centroamericanos y especialmente por México. La participación es de 0,8% de las importaciones de textiles y confecciones de Estados Unidos, además representa el 1% de las exportaciones de textil y confecciones en el mundo, siendo China el principal exportador con el 30.7% del mercado mundial, junto con la Unión Europea con un 26.8%. (Super Sociedades, 2013)

Sin embargo, en la actualidad se presentan de manera más notoria dos problemas específicos que aquejan el sector de las confecciones, el primero de ellos se trata de el contrabando y la subfacturación de textiles y confecciones importadas, que provienen en mayor parte de China, hecho que permite a las empresas ilegales la venta de las mercancías a un precio mucho menor al establecido por el mercado legal; el segundo tiene relación con la pérdida de credibilidad en el sector de las confecciones, aspecto reflejado en el hecho de que cada vez menos personas quieren formarse como operarios, dado que en la mayoría de los casos, el sector ofrece empleo formal pero de manera temporal, es decir, no existe una continuidad laboral, hecho que ha generado un déficit de mano de obra en las empresas pertenecientes al sector. (Portafolio, 2013)

Dado lo anterior, la problemática del sector textil Colombiano radica principalmente, en que se ha perdido en las últimas décadas la participación que venía teniendo como una de

las industrias que mueven la economía del país, así mismo, los tratados comerciales, las importaciones de textiles de países como la India y China y la incidencia de factores de competencia nacional, son aspectos que dan muestra de la importancia de indagar acerca de lo concerniente a las actividades realizadas por las empresas pertenecientes a dicho sector, que hacen que se presenten índices negativos en el PIB y que éstas no agreguen valor para sí mismas, por ello, se hace indispensable descubrir cómo afrontan las empresas del sector aspectos, tales como las relaciones y acciones frente a la competencia, el manejo de los productos sustitutos y la innovación modular de los servicios o productos que se ofrecen, la intervención y la frecuencia con la que se ven inmersos los compradores en la actividad de las organizaciones y el conocimiento de los proveedores, así como sus relaciones con estos.

Lo anterior, da lugar a realizar una aproximación al tema de la competitividad en esta industria. Por otra parte, para abordar el tema de la competitividad, se tomó como base un análisis del contexto de la producción textil en la ciudad de Bogotá, dado que esta es una de las principales ciudades productoras, lo cual sirvió como punto de partida para tomar una muestra por conveniencia de diez empresas a las cuales se les aplicaron cuatro indicadores financieros (ROA, Margen Neto, Modelo DUPONT, EBITDA) para evidenciar su situación competitiva específicamente para el periodo comprendido entre el año 2009 a 2014. La información que sirvió como insumo para la realización del análisis fue obtenida por medio de los datos financieros que reposan en el Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM) de la Superintendencia de Sociedades y el proceso que se siguió se describe en las siguientes etapas:

- Etapa 1. Recopilación de información del sector económico.
- Etapa 2. Selección del sector estratégico.
- Etapa 3. Realización del análisis.

Para realizar el análisis de competitividad del sector de las confecciones, se tuvo en cuenta la aplicación del análisis pertinente para la identificación de los factores internos y externos que afecten a las empresas del sector, esto con el fin de dar una visión a los empresarios y la población en general interesada en el sector de las confecciones de cómo se encuentra el mismo en materia de competitividad y perdurabilidad económica desde el punto de vista financiero, en síntesis, la investigación está centrada en analizar por medio de cuatro indicadores financieros la situación competitiva frente al uso de sus activos y recursos de financiamiento en que se encuentra el sector de las confecciones en la ciudad de Bogotá para el periodo 2009-2014.

Consideraciones teóricas

Para la elaboración del presente análisis se hizo una recopilación de información relevante sobre todo lo relacionado a la competitividad, para con ella lograr dar respuesta al punto central de la investigación tomando como referencia diferentes autores, quienes se enfocan en la competitividad y perdurabilidad del sector, siendo este el tema objetivo de la misma, esto con el fin de dar claridad a dicho término y conocer todos los aspectos importantes que el mismo conlleva así como su relevancia en la actividad realizada por las organizaciones objeto de estudio.

Análisis estructural de las industrias.

Este aspecto se enfoca en formular estrategias teniendo en cuenta la industria en que se desenvuelve la organización y su entorno tanto social como económico, así mismo tomando como referencia a la competencia y su poder en el mercado.

De acuerdo con la Agencia de innovación y desarrollo Andaluza (2004), un sector es considerado estratégico debido a que su actividad es imprescindible para desarrollar y cumplir los objetivos de un país o región, identificando como tales el empleo, el crecimiento

y el bienestar social. De esta idea se desprende que la consideración de un sector como estratégico requiere una dedicación específica por parte de la administración central, así como de los Gobiernos, ya que su fomento y apoyo tiene una incidencia decisiva sobre el avance económico de la región, (IDEA, 2004), lo cual permite entender lo expuesto por Mintzberg (2002) en tanto a que las fuerzas competitivas de la industria son importantes dado que afectan a todas las organizaciones del sector industrial, además sus capacidades son las que determinan el éxito o fracaso de las empresas; la capacidad o potencial se mide por el rendimiento a largo plazo sobre el capital invertido.

En este sentido, cabe resaltar que de los elementos de la estructura del sector, los competidores actuales son puntos estratégicos que requieren de alta comprensión para conseguir una posición en el sector y mantenerla, ya que cuentan con estrategias conocidas para mantener la posición ya alcanzada, como competencia en precios, guerras de publicidad, garantías con los clientes, introducción de productos y mejoras en el servicio al cliente. Estos comportamientos están atados a los cambios que se presentan en los ámbitos internos y externos del sector, por lo tanto las organizaciones deben adaptarse y captar las nuevas condiciones que traen dichos cambios para sobresalir y no perecer.

La existencia de productos sustitutos limita los rendimientos potenciales de un sector, así mismo realizan presiones a las organizaciones pertenecientes a determinada industria que compiten con los mismos productos o servicios, afectando su desarrollo. Los productos o servicios sustitutos que merecen especial atención son: los que están sujetos a tendencias que mejoran su relación de precio, el desempeño del producto en la industria es el que genera industrias que originen grandes utilidades. (Mintzberg, 2002)

El propósito de Mintzberg (2002) es explicar los factores que puedan influir en la competencia de un sector, para así identificar las características estructurales que determinan la naturaleza del mismo y así poder aplicar estos elementos en la formulación de las estrategias para alcanzar ventajas competitivas en el sector en que se incursionará.

Competitividad.

Es indispensable entender a qué se refiere el término competitividad, dado que el objetivo principal de la investigación es la realización de un análisis al sector de las confecciones en la ciudad de Bogotá con el fin único de determinar su nivel y capacidad competitivos, frente a los diferentes actores que intervienen en el sector y que de una u otra forma afectan la competitividad de las empresas que se desenvuelven en el mismo, por ello es preciso informar al lector sobre el término, basada su definición en su mayor exponente Michael Porter.

“En términos generales, podría definirse competitividad como el intento de “ser mejor que los competidores” (Porter, p,123), gracias a la puesta en juego de la productividad y la ventaja estratégica que ofrecen la consecución de eficiencia y eficacia (Bernal, 2007); en ese sentido, desde la perspectiva empresarial, se logra la competitividad estratégica cuando se formulan estrategias que crean valor, difíciles o costosas de copiar por parte de los competidores (Hitt, Duane y Hoskisson, 2008, p. 4).” (Vicerrectoría de Investigación y Transferencia.)

Según Porter (2009) la competitividad de un país se define por la productividad con la que se utilizan sus recursos humanos, económicos y naturales (Mathews, 2009); por ello, Porter plantea la formulación de la estrategia competitiva, la cual se define como “relacionar una empresa con su entorno” para que esta pueda hacerle frente a la competencia,

entendiendo que esta se define por unas fuerzas definidas por Porter como las fuerzas competitivas que determinan la rentabilidad de un sector, éstas unidas determinan el potencial de utilidades de éste. Mediante las mismas, se hace indispensable lograr obtener en el sector al que se dirija la empresa una posición favorable, donde ésta pueda defenderse frente a los competidores e identificar los elementos de la estructura del sector como factores que influyen directamente en la entrada a este, entre los que se encuentran competidores del sector y nuevos competidores.

Las empresas que piensan emprender un nuevo proyecto o tienen como objetivo mantenerse y sobresalir en un sector el cual ya se encuentra posicionado por empresas que realizan su misma actividad económica y que cuentan con productos y servicios de alta calidad, deben principalmente hacer un estudio interno y diagnosticar si cuentan con los recursos, la capacidad y las estrategias necesarias para ingresar o permanecer en ese determinado sector y enfrentar cada uno de los factores que influyen en el posicionamiento y desarrollo de las actividades de una organización en el mercado.

Por otro lado, uno de los conceptos más estudiados y definido de forma única y poco común es la Estrategia, la cual se puede definir como todo aquello que realiza una organización de forma diferenciada e innovadora para generar valor en la misma.

Lo que pretende Porter en su artículo “Qué es estrategia” es dar una visión más amplia y radical acerca de cómo se deben enfocar las estrategias que se estipulan para el logro de objetivos, dado que hay que adaptarse a los cambios del entorno y el uso de estrategias que en contextos anteriores funcionaron no son garantía de que en los nuevos escenarios sean eficaces y se pueda apreciar acciones mejoradas e innovadoras que imprimen caracteres únicos en la prestación de los servicios de las organizaciones.

Las estrategias son el punto de partida de las organizaciones para el logro de objetivos, por lo tanto el planteamiento de éstas es fundamental para la ejecución de los mismos y para obtener resultados positivos frente al ambiente competitivo. Teniendo en cuenta los nuevos escenarios en los que se mueven las organizaciones y el incremento de las empresas que laboran en los mismos sectores se debe hacer énfasis en competir con estrategias nuevas, frescas, únicas y mejoradas donde ningún competidor se pueda acercar o comparar con los productos o servicios que se ofrezcan, en síntesis nadar en un océano azul como lo menciona W. Cham Kim en el libro "La Estrategia del Océano Azul".

Indicadores financieros.

La investigación se concentra en identificar la situación económica en que se encuentra el sector de las confecciones en Bogotá y por medio de esto determinar qué tan competitivas son las empresas más representativas del mismo en la ciudad; por esta razón se escogieron 10 empresas a las cuales le serán aplicados cuatro indicadores financieros en los que se encuentran el ROA, Margen Neto, EBITDA y DUPONT, que permitan identificar la rentabilidad de las mismas para los años 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014, por ello, es indispensable definir cada uno de estos indicadores y especificar que se determina mediante los mismos, por esto, se presenta la descripción de cada uno de ellos.

- **ROA**

El ROA (Return on Assets - Rentabilidad sobre los Activos), es un indicador de rentabilidad con el cual se refleja la capacidad que tiene una organización de generar beneficios con los recursos utilizados, es decir, refleja que tan rentable es una organización en relación al conjunto de sus activos.

Por lo anterior, se planteó como necesario para la medición de la rentabilidad empresarial, comparar o relacionar la utilidad generada por las actividades operacionales con

la inversión en activos. Se propuso medir el primer factor del indicador de perdurabilidad empresarial, calculando la Rentabilidad Operativa del Activo. (Cadena, Guzmán, & Rivera, 2006)

Básicamente este indicador da una idea de que tan eficiente es la gestión de los activos de una empresa en su función para generar beneficios futuros, es por ello que en muchas ocasiones, suele referirse a él como el retorno sobre la inversión, cabe anotar, que es importante tener en cuenta el sector y la industria a los cuales pertenece la empresa, dado que el ROA varía según estos factores, en este caso sector de las confecciones en Bogotá.

Se sustenta con la siguiente información:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Activo total}}$$

Este indicador se utiliza para dar una idea a los posibles inversionistas de la efectividad del dinero invertido, es decir, de cómo los recursos aportados para la financiación de una organización se convierten de forma rápida en dinero. Cuanto mayor sea el valor del ROA, esto significa para los inversionistas que la empresa en cuestión es capaz de generar más dinero con menor inversión. (Cadena, Guzmán, & Rivera, 2006)

- **Margen neto.**

El margen neto, se considera un indicador de rentabilidad definido como la utilidad sobre las ventas netas, sin embargo, por sí sólo no refleja la rentabilidad real del negocio. El resultado de esta razón financiera indica cuánto queda de cada peso vendido, para cubrir los impuestos y generar utilidades para los socios, porcentualmente indica que tanto porcentaje de las ventas quedó en utilidades netas para los socios.

Al considerar el Margen Bruto y el Margen Neto en forma conjunta, se está en posibilidad de obtener un importante conocimiento interno de las operaciones de la empresa.

Si el margen de utilidad bruta no ha cambiado fundamentalmente durante un período de varios años, pero si durante el mismo período ha declinado el margen de utilidad neta, se conoce que la causa es gastos más altos con relación a las ventas o una tasa de impuestos más alta.

Por lo tanto, se analizarán estos factores en forma más específica para determinar la causa del problema. Por otra parte, si el margen de utilidad bruta disminuye, se conoce que el costo de producir los bienes con relación a las ventas ha aumentado, a su vez, esto puede deberse a problemas de precios de costo. (Universidad Nacional Abierta y a Distancia)

Para su obtención se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{MARGEN NETO} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas.}}$$

- **EBITDA**

La importancia de éste indicador se encuentra en conocer cuánto puede generar una inversión, en términos generales; lo que permite el indicador Ebitda, es determinar las ganancias o la utilidad obtenida por una empresa o inversión, sin tener en cuenta los gastos financieros, los impuestos y demás gastos contables que no implican salida de dinero en efectivo, como las depreciaciones y las amortizaciones. (Universidadeafit, s.f)

En otras palabras, éste indica hasta donde es rentable una inversión y a partir de ese momento la dependencia de la gestión para determinar la viabilidad del mismo, es decir, mide la capacidad que tiene la entidad de generar beneficios a través de sus actividades operativas y su proceso productivo.

La principal utilidad que presenta dicho indicador, es mostrar los resultados de una inversión sin considerar los aspectos financieros ni los tributarios del mismo, algo importante

puesto que estos dos aspectos se pueden analizar por separado, y que si se pueden manejar o administrar, no deben afectar para nada el desarrollo de la misma y su resultado final.

En cuanto al resultado del indicador, cabe resaltar que si el Ebitda de un proyecto es positivo, quiere decir que el proyecto en sí es viable, y su éxito dependerá del tratamiento o gestión que se haga de los gastos financieros y del tema tributario, además de las políticas de depreciación y amortización. (Universidadeafit, s.f)

Sin embargo, según investigaciones de la Universidad Eafit, este indicador no es una medida suficiente cuando se trata de proyectos que por estar altamente financiados por recursos externos, resulta en altos costos financieros, de modo que el éxito de una inversión, estará en buscar una solución a los costos financieros, puesto que el Ebitda es positivo, pero los altos costos de financiación pueden afectar seriamente los resultados finales del proyecto.

Tabla 1. Esquema para obtener el EBITDA

VENTAS
(-) COSTO DE VENTAS
= UTILIDAD BRUTA
(-) GASTOS OPERACIONALES
GASTOS ADMINISTRATIVOS
= UTILIDAD OPERACIONAL (EBIT)
(+) INGRESOS OPERACIONALES
(-) GASTOS OPERACIONALES
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBITDA)

Fuente: Elaboración propia

- **Modelo DUPONT.**

A todo empresario o inversionista le interesa conocer cuál es la rentabilidad de su empresa, negocio o inversión, y uno de los indicadores financieros que mejor ayuda en esta tarea, es precisamente el Índice Dupont, este es usado para determinar qué tan rentable ha sido un proyecto, además de determinar la eficiencia con que la empresa está haciendo uso de

los activos, capital de trabajo y apalancamiento financiero; por ello se utiliza el margen de utilidad sobre las ventas y la eficiencia en la utilización de los activos, dado que básicamente, la rentabilidad de una empresa está dada por esos aspectos. (Tinajero, 2008)

El primero de ellos, el margen de utilidad, indica que tanto de cada venta es utilidad; y la eficiencia en la utilización de los activos, por su parte indica que tan eficiente ha sido la empresa para administrar sus activos y que tantas utilidades se han obtenido de los activos que se tienen.

Para hallar esta información mediante el sistema Dupont, es necesaria la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} * \text{Multiplicador del capital (Activos / Patrim.)}$$

Dado esto, la empresa puede obtener buenas utilidades obteniendo un margen amplio de utilidad sobre las ventas o siendo muy eficiente en la administración de sus activos. Sin embargo, se considera mejor si se presenta una combinación perfecta de las dos anteriores.

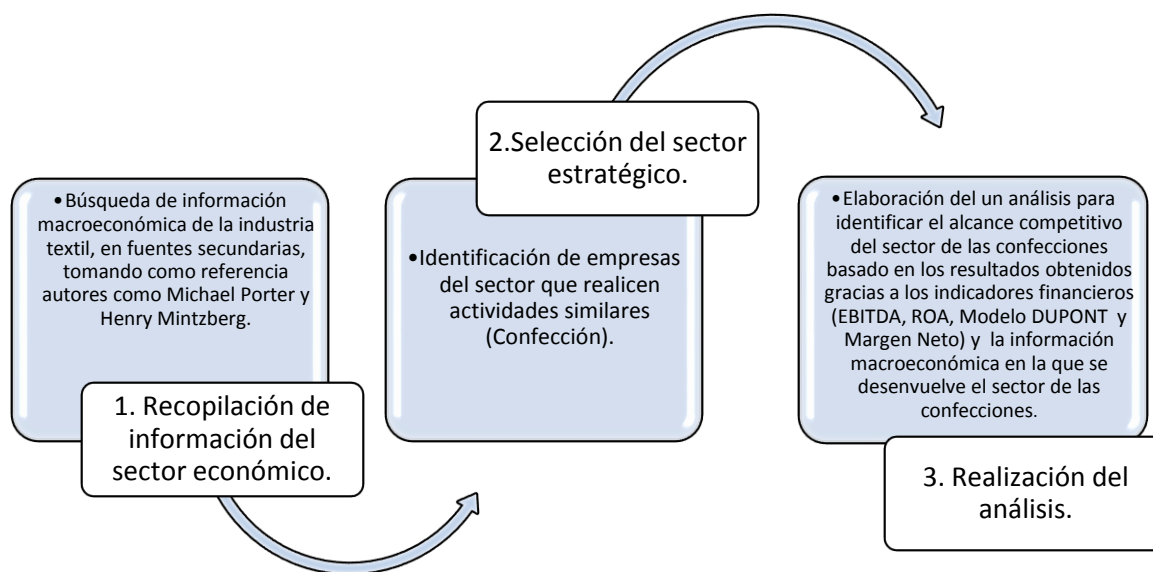
Método

Debido a la incidencia que tiene el sector textil en Colombia en el sentido de producción y elaboración de productos tanto para consumo interno como para exportación, es indispensable analizar cómo se encuentra el mismo y cómo se ha venido desarrollando en materia de competitividad y perdurabilidad, específicamente el sector de las confecciones en la ciudad de Bogotá.

Para ello, se realizó un proceso metodológico de tipo descriptivo, basado en un enfoque cuantitativo por medio de la aplicación de indicadores de tipo financiero, los cuales permitieron realizar una descripción de la situación competitiva de una muestra realizada por

conveniencia a 10 empresas productoras pertenecientes al sector textil de la ciudad de Bogotá. Las etapas en las que se realizó este proceso se resumen en la siguiente figura:

Figura 2. Etapas del Análisis estructural de las industrias.



Fuente: Elaboración propia.

Este proceso fue realizado principalmente a empresas de tamaño mediano y grande, las cuales, como se mencionó anteriormente, fueron seleccionadas por medio de la aplicación de un muestreo por conveniencia.

Tabla 2. Empresas consideradas para la realización de la investigación.

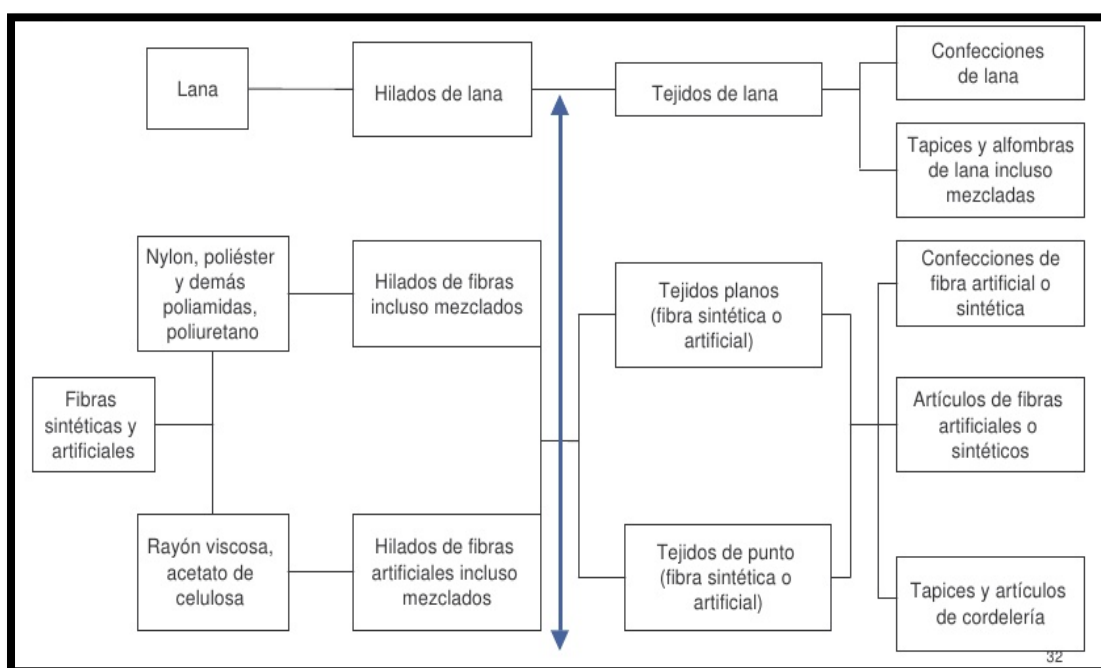
RAZÓN SOCIAL	CIUDAD
1. Tejidos Especiales S.A.	Bogotá.
2. Textiles Lafayette S.A.	Bogotá.
3. Textiles 1x1 S.A.	Bogotá.
4. Textiles Swantex S.A.	Bogotá.
5. Hilanderías Bogotá S.A.	Bogotá.
6. Compañía Bogotana de Textiles S.A.S.	Bogotá.
7. Texpon S.A.	Bogotá.
8. Manufacturas Eliot S.A.	Bogotá.
9. Cuperz Ltda.	Bogotá.
10. Protela S.A.	Bogotá.

Fuente. Elaboración Propia

Resultados

La cadena productiva del sector textil podría describirse en cuanto a su composición por aquellas actividades según su grado de transformación, es decir, desde la producción de materias como fibras naturales, artificiales y sintéticas, hasta la manufactura de aquella gran variedad de productos semiacabados y acabados. (DNP, 2013).

Figura 3: Cadena productiva textil y confecciones



Fuente: Departamento Nacional de Planeación

En este sentido, la producción textil ha encontrado diversidad de oportunidades y de amenazas a través de las cuales se ha generado una serie de ventajas competitivas. Las ventajas competitivas se dan por dos medios: precios inferiores y diferenciación. Los costos bajos, consiste en producir y comercializar un producto a precios iguales o parecidos a los de sus competidores, traduciéndose en rendimientos superiores. La diferenciación consiste en brindar al consumidor un valor único en calidad y características especiales. Estos dos

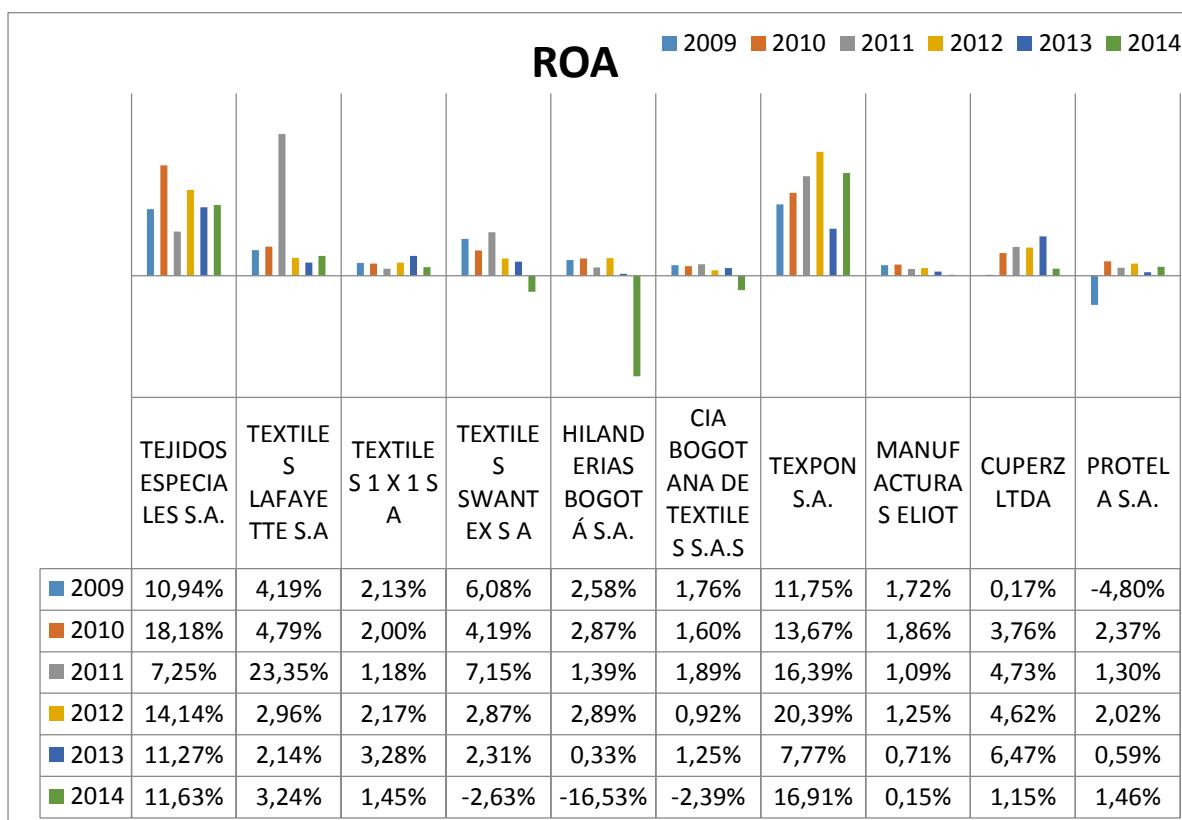
elementos combinados conforman tres estrategias: liderazgo de costos, diferenciación y enfoque (Monroy , 2012).

Cabe resaltar que, en el año 2003 se creó el clúster de la moda para la ciudad de Bogotá con el objetivo de organizar, centralizar y modernizar la comunicación entre las diferentes actividades que se realizan en el sector y así contribuir a mantener la posición competitiva en el mercado nacional con proyección al internacional. Este propósito resalta la importancia de cada una de las actividades que son desarrolladas y conduce a obtener un mayor reconocimiento en cuanto al diseño, los negocios y la innovación. Para lograr este propósito, se ha entendido la importancia de diversificar, generar valores agregados y aumentar la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas dentro de las cadenas de producción, lo cual devela la importancia que tiene el desarrollo de programas y actividades orientadas a la competitividad.

De acuerdo con lo anterior y como se ha mencionado con anterioridad, el presente artículo expone la competitividad desde la aplicación de indicadores y criterios financieros con base en la información financiera de 10 empresas del sector que fueron seleccionadas por medio de un muestreo por conveniencia.

Los estados financieros (Balance General y Estado de Resultados) se tomaron del Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM) de la Superintendencia de Sociedades, para los años 2009 a 2014, con el fin de determinar la situación en la que se encontraban en cuanto a rentabilidad, perdurabilidad económica y eficiencia, para así determinar qué tan competitiva fue cada una comparada con las demás para dicho periodo. En este sentido, al aplicar los indicadores financieros y realizar el análisis de cada una de las empresas, se obtuvo lo siguiente:

Figura 4. Indicador ROA para las 10 empresas en el periodo 2009-2014

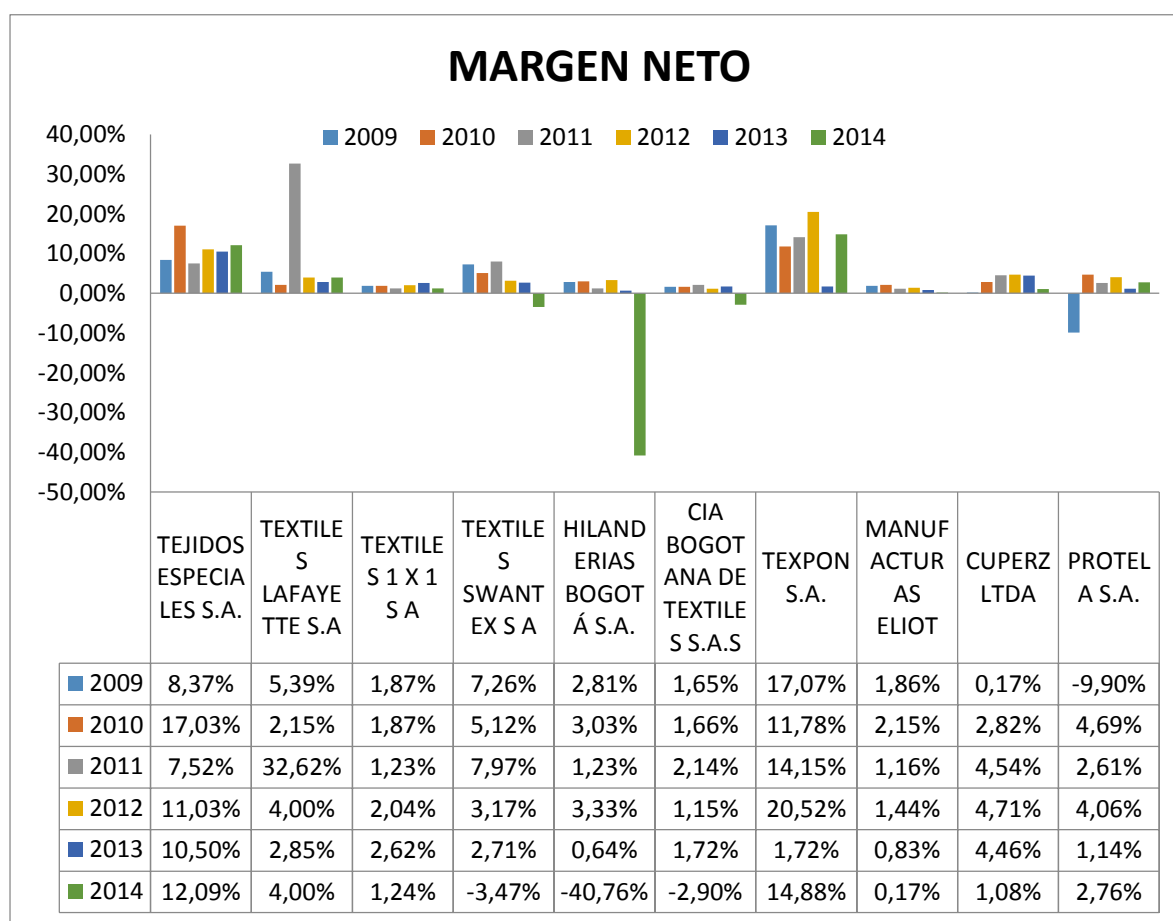


Fuente: Elaboración Propia, a partir de la información suministrada por el Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM) Superintendencia de Sociedades.

Se observa que la empresa que generó mayor Rentabilidad sobre sus activos, es decir, que tuvo mayor capacidad de generar beneficios futuros, gracias al eficiente uso de sus recursos reflejados en la capacidad de los activos con los que cuenta, fue Texpon S.A. obteniendo su mayor rentabilidad en el año 2012, la cual fue de 20,39% con unas ganancias de \$1.594.680, manifestando la gran capacidad de gestión que tiene para hacer efectivo el dinero invertido, igualmente, demostró el mismo comportamiento de eficiencia en el uso de los recursos para el año 2014 con una rentabilidad de 16,91% en comparación al año inmediatamente anterior en el cual obtuvo 7,77%; por otro lado, la que menor rentabilidad alcanzó fue Protela S.A., presentando mayores pérdidas para el año 2009, en el que generó un ROA negativo de -4,08% y pérdidas por \$(13.416.611), sin embargo, se observa que la compañía tuvo una recuperación en los años siguientes con ganancias de \$7.392.988,

\$4.265.530, \$6.735.873, \$1.872.945 para el 2010, 2011, 2012 y 2013 respectivamente, llegando a obtener en 2014 un aumento en su rentabilidad pasando de 0,59% en 2013 a 1,46% al obtener ganancias por \$ 4.762.526 pero manteniéndose por debajo de la rentabilidad de 2,02% que tuvo en el 2012.

Figura 5. Margen neto obtenido para las 10 empresas en el periodo 2009-2014



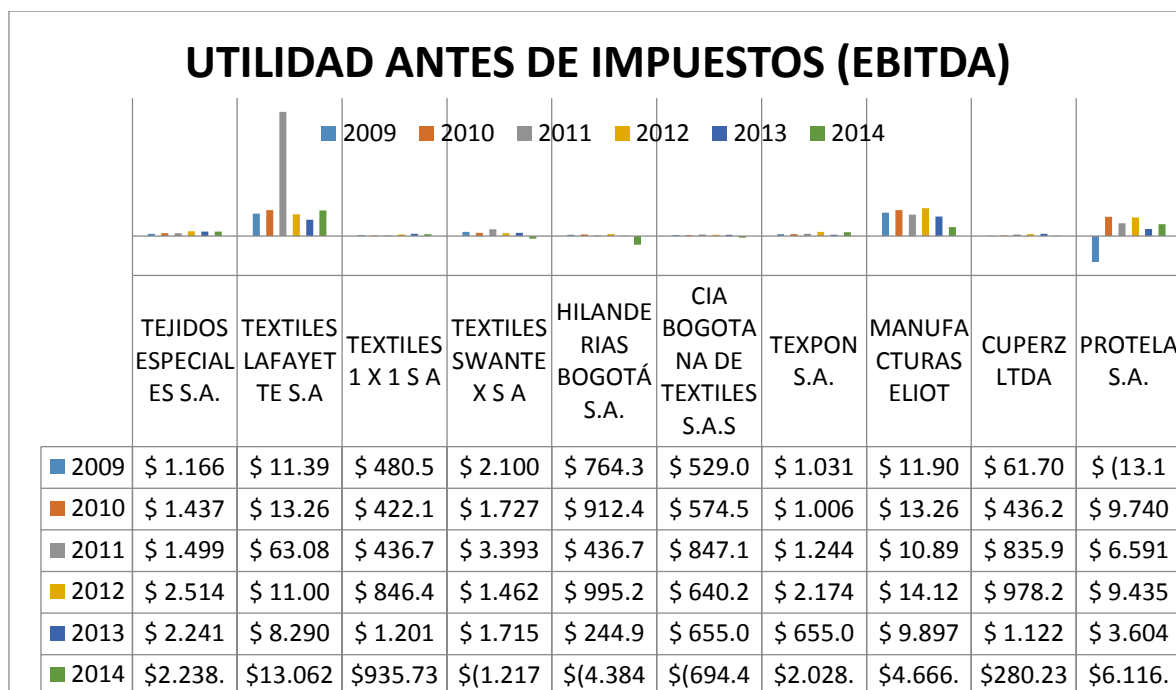
Fuente: Elaboración Propia, a partir de la información suministrada por el Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM, 2015) Superintendencia de Sociedades.

En lo referente al margen neto presentado por las compañías, se observa que para el primer año 2009, la empresa que mayores utilidades para sus socios generó fue Texpon S.A. al generar 17,07%, mientras que para este mismo año Protela S.A. no generó utilidad al obtener un margen neto negativo de -9,90%, esto debido a la utilidad neta registrada para este año de \$(13.416.611); para el 2010 Tejidos Especiales S.A. logró obtener las mayores

utilidades, siendo su margen neto de 17,03% mientras que el menor fue presentado por Textiles 1x1 S.A. correspondiente a 1,87% considerando su utilidad neta para este año de \$422.105; en 2011 Lafayette logró un margen neto de 32,62% siendo el mayor de todas las empresas y el menor fue presentado por Manufacturas Eliot con un porcentaje de 1,16%; mientras que para el 2012 la compañía que mayores utilidades para socios y cubrir impuestos generó fue de nuevo Texpon S.A. con un porcentaje de 20,52% y el menor margen neto para este año fue de 1,15% correspondiente a la Compañía Bogotana de Textiles S.A.S., obteniendo utilidades netas de \$ 1.594.680 y \$ 304.932 respectivamente; para el año 2013, la que mejor utilidad tuvo fue Tejidos Especiales S.A. con 10,50% e Hilanderías Bogotá S.A. presentó el menor margen con un porcentaje de 0,64%. Finalmente, para el último año tomado, Texpon S.A. es la compañía que mejor utilidad presenta con un 14,88% mientras que la que menor margen neto presentó fue nuevamente Hilanderías Bogotá S.A., demostrando una desmejora aun mayor a la que tuvo en el año 2013, al obtener -40,76%.

Teniendo en cuenta lo anterior, se observa que de las 10 compañías observadas, las que mejor gestión realizaron para la generación de utilidades a socios fueron Texpon S.A. y Tejidos Especiales S.A. demostrando mejores rendimientos en dos de los 6 años analizados, dejando entrever como las ventas a través de cada uno de los periodos analizados han generado lo suficiente para la realización del pago de impuestos y la generación de utilidades de los socios; dado esto, estas empresas han puesto en función de las mismas dichos porcentajes mostrando su perdurabilidad y crecimiento en ventas en cada uno de los años evaluados.

Figura 6. EBITDA de las 10 empresas para el periodo 2009-2014



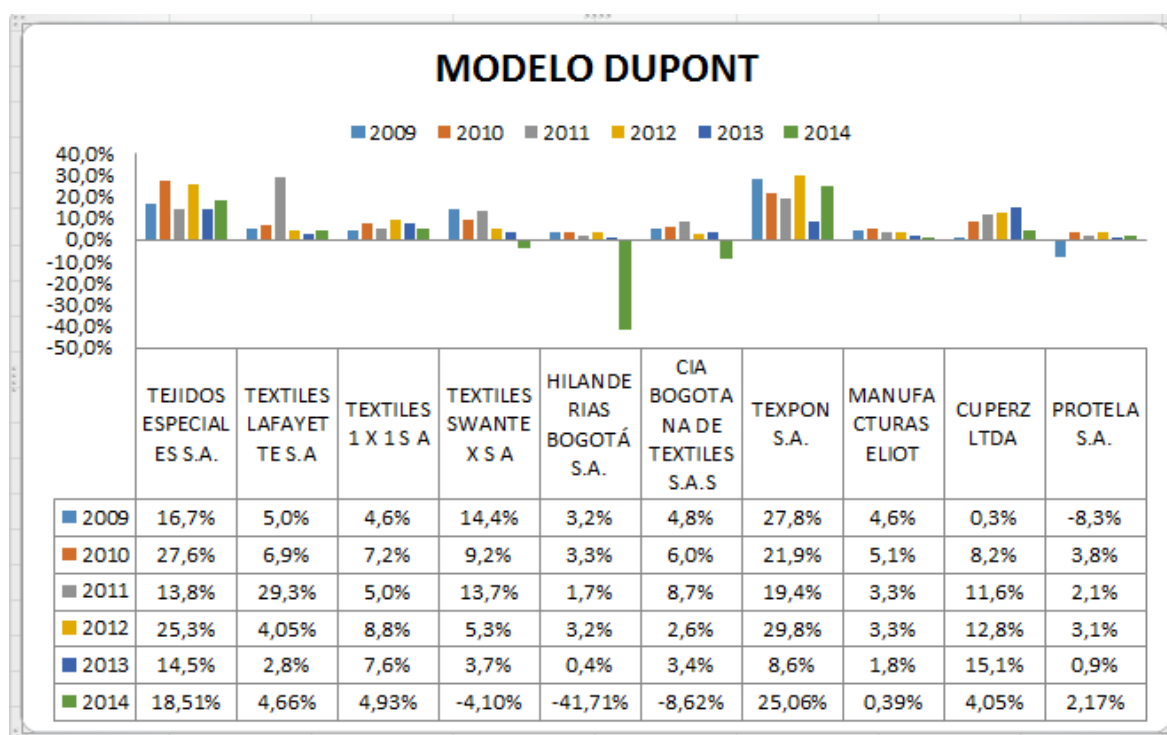
Fuente: Elaboración Propia, a partir de la información suministrada por el Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM) Superintendencia de Sociedades.

Al determinar las utilidades obtenidas en un negocio sin tener en cuenta los gastos financieros, los impuestos y los gastos contables que no implican salida de dinero en efectivo, como las depreciaciones y las amortizaciones, es importante la observación del indicador EBITDA, del cual los resultados para las 10 compañías tomadas se encuentran plasmados en la Figura 6, logrando demostrar mayor rentabilidad para Textiles Lafayette S.A. con mejor EBITDA para el 2011 de \$ 63.083.634, mientras que la compañía que menor EBITDA obtuvo fue Protela S.A. obteniendo valor negativo para el primer año 2009 de \$(13.150.761), y para los años siguientes un comportamiento dinámico cayendo del año 2012 de \$9.435.621 a \$3.604.719 en 2013, pero teniendo una recuperación para el último año analizado en el que presentó un valor de \$6.116.131; sin embargo, se observa que para el último año 2014, varias compañías presentaron valores negativos, como es el caso de Textiles Swantex S.A. (\$-1.217.961), Hilanderías Bogotá S.A. (\$-4.384.012) y Compañía Bogotana de Textiles S.A.S (\$-694.417), no obstante, estas tres compañías reflejaron un comportamiento constante en los

años comprendidos entre el 2009 y el 2013, por lo que no se considera que su EBITDA sea el menor.

Esta razón da muestra del nivel de competitividad que presentan Textiles Lafayette y Manufacturas Eliot, en cuanto a los procesos directamente relacionados con la actividad u objeto social que cada una de ellas realiza en el sector de las confecciones, igualmente dan constancia de que tan productiva y rentable es como empresa a nivel nacional, dejando ver con dicho indicador si es una opción de inversión positiva, atractiva y rentable para los posibles inversionistas además de dejar abiertas las posibilidades para la realización de un futuro apalancamiento.

Figura 7. DUPONT de las 10 empresas para el periodo 2009-2014



Fuente: Elaboración Propia, a partir de la información suministrada por el Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM) Superintendencia de Sociedades.

Teniendo en cuenta los datos de la figura 7, se observa que la compañía que mejor índice Dupont obtuvo fue Texpon S.A, especialmente en el año 2012 en el que tuvo una rentabilidad de 29,8%, sin embargo, el comportamiento que presenta la compañía en estos años es constante dado que sus índices se encontraban entre 19% y 29%, ya que para el 2009 obtuvo un índice Dupont de 27,8%, para 2010 de 21,9%, 19,4% para 2011, registrando una disminución al llegar al 8,6% en el 2013, y finalmente una recuperación en el último año 2014, llegando a una rentabilidad de 25,06%; a ésta le sigue Tejidos Especiales S.A., la cual ha indicado buena gestión para la obtención de rentabilidad presentado porcentajes entre el 13% y el 28%, siendo el mayor 27,6% para el año 2010; por otro lado, la organización que menor rentabilidad demostró por medio de este indicador fue Hilanderías Bogotá S.A. la cual se mantuvo entre el 0,4% y el 3,3% durante el lapso de 2009 a 2013, sin embargo, para el último año analizado, presentó índices negativos por -41,71%, lo que demuestra que no es una empresa que realice eficientemente el uso de sus recursos y apalancamiento financiero.

Este indicador visto como la manera más productiva en que una empresa ha hecho del uso de sus activos, apalancamiento financiero y capital de trabajo generando su crecimiento económico, muestra que las compañías Texpon S.A. y Tejidos Especiales S.A. han realizado un mejor trabajo en lo que a estos aspectos se refiere, logrando reflejar perdurabilidad gracias al logro de un buen manejo de los recursos con los cuales se han apalancado las mismas para continuar con sus operaciones y poder hacer frente a la competencia.

Discusión

El poder identificar las operaciones de las diferentes empresas que hacen parte del sector de las confecciones demuestra que existe gran capacidad competitiva, sin embargo, en cuanto a generación de empleo, se presentan inconvenientes ya que se maneja temporalidad y

no hay seguridad de trabajo, lo que hace que se pierda credibilidad en el sector y se afecte el bienestar social, sin embargo, se conoce que el sector de las confecciones es un sector estratégico para Colombia dado a que es indispensable para su economía, de igual manera los índices negativos en el PIB de parte de los aportes al mismo de la industria de las confecciones es un aspecto que disminuye la competitividad y la generación de utilidades valiosas para la economía nacional.

Mediante las compañías analizadas y la utilización de diferentes indicadores financieros como son el ROA, el Ebitda, el Índice Dupont y el margen neto, se observa que al sector de las confecciones pertenecen empresas con gran eficiencia en el desarrollo de sus actividades, lo que genera que sean competitivas a nivel nacional y así mismo crezcan los niveles del sector para hacer frente a la competencia y a todas las situaciones que influyan en su posicionamiento y desarrollo de actividades, se observa además que gran parte de las compañías tienen índices de perdurabilidad económica con generación de rentabilidad y beneficios para sus socios, lo que deja ver que tienen la capacidad de permanecer en el sector y así mismo hacer crecer su participación a nivel nacional, en este sentido, se ve que todas estas compañías a pesar de los diferentes inconvenientes por los que han tenido que atravesar como son el contrabando y la subfacturación, cuentan con un manejo óptimo de sus activos y gran capacidad de gestión que permite que el sector de las confecciones siga manteniéndose bastante fortalecido, con capacidad competitiva y de hacer frente a diferentes actores que tengan como objetivo afectarlo, tal como han logrado hacerlo con el ingreso del mercado chino como fuerte competidor.

Al analizar las 10 empresas objeto de estudio, se observó que presentan un ROA positivo para los años del 2009 al 2013, a excepción de Protela S.A. quien para el primer año 2009 obtuvo un índice negativo, pero logró una recuperación para los próximos años mejorando su gestión, esto indica, que la gran mayoría de las empresas pertenecientes al

sector de las confecciones tienen gran capacidad de manejo de sus activos, es decir hacen uso eficiente de sus recursos, teniendo en cuenta que la rentabilidad, la liquidez y la estructura de endeudamiento, al ser bien administradas pueden hacer una empresa perdurable, aspectos que tienen en común las organizaciones del sector confecciones. En este sentido, se observa que la rentabilidad que generan las empresas del sector con su objeto social exclusivamente, sin recurrir a otras prácticas, contribuye a la perdurabilidad de las mismas y del sector de las confecciones haciéndolo competitivo en Colombia, al presentarse como organizaciones atractivas para posibles inversionistas o empresarios, sin embargo, para el último año 2014 el ROA se mostró negativo para tres compañías, Textiles Swantex S.A., Hilanderías Bogotá S.A. y Compañía Bogotana de Textiles S.A.S, de las cuales Hilanderías Bogotá S.A. demostró los menores índices de rentabilidad, la cual desde los años anteriores había tenido una tendencia a disminuir su ROA, lo cual demuestra que su capacidad de gestión no es eficiente.

Por otro lado, teniendo en cuenta los resultados arrojados por los indicadores financieros, se ha podido analizar la importancia que tiene el manejo optimizado del capital de trabajo de las empresas y de la administración efectiva del apalancamiento utilizado por las organizaciones de este sector para llevar a cabo sus operaciones e invertir en mejoras para su producción y estrategias centradas en ser líderes en el mercado y permanecer en la industria reflejando rentabilidad gracias a la mejora continua y calidad de sus procesos. Finalmente, mediante el margen neto se establece la utilidad sobre las ventas que queda a disposición de los socios de la compañía así como la eficiencia con la que la empresa ha administrado sus activos; en relación con las 10 empresas objeto de estudio, se pudo observar que en el sector de las confecciones se encuentran organizaciones altamente eficientes en cuanto a la rentabilidad y utilización de los recursos, que permiten gran competitividad del

sector a nivel nacional ya que las empresas pertenecientes a éste demuestran un crecimiento constante en sus ventas contrastando con esto una optimización de las utilidades generadas por actividades enfocadas en la operación principal de las compañías.

Vista la competitividad como la creación de valor mediante estrategias optimizando el uso de los recursos con el fin de ser mejor que la competencia y la relación directa que se tiene con el entorno, se observa mediante el análisis, que las empresas de la muestra cuentan con estrategias adecuadas para perdurar y diferenciarse entre los diversos oferentes del sector, destacando entre ellas la gestión de apalancamiento y la funcionalidad que estas le dan a los activos para la generación de utilidades destacando su actividad como su principal fuente de rentabilidad, además de demostrar mediante su análisis financiero que cuentan con un manejo adecuado de todos los recursos que les permiten hacer frente a los diferentes escenarios que tienen que afrontar y en mayor grado la entrada de nuevos competidores.

Al analizar los resultados, se observa la existencia de una brecha entre las pequeñas, medianas y grandes empresas, lográndose apreciar que en su mayoría las medianas y pequeñas empresas son las que mayor incidencia tienen en este sector, aunque su participación no sea tan significativa como la del pequeño porcentaje de grandes empresas que figuran en el estudio, por ello se puede mencionar que el sector en este periodo mostró índices bajos incluso negativos a nivel nacional, sin embargo, el sector de las confecciones a nivel interno es próspero; al plantear una alianza cooperativa entre las medianas o pequeñas empresas pertenecientes al sector para generar una fuerza colectiva, los índices tendrían tendencias positivas y se mantendrían en crecimiento logrando afrontar la fuerte demanda y la variación de problemáticas nacionales.

Conclusiones

El sector de las confecciones a lo largo de los años fue uno de los pilares productivos de Bogotá y del país entero, con lo observado en los indicadores financieros y en los datos históricos del PIB, se determina que en conjunto las empresas de confecciones aún generan rentabilidad para su sector pero en una escala considerablemente menor; destacando las multinacionales y haciendo a las micro y pequeñas empresas que manejan trabajo artesanal o pequeños volúmenes de producción, quedando rezagados esos ambientes empresariales de hace décadas y colocando a la confección nacional como costosa y poco competitiva.

Además, a lo largo del análisis de los indicadores financieros se observa que las compañías que hacen parte del sector de las confecciones, discriminando la muestra trabajada en las empresas consideradas como grandes incluidas Lafayette, Manufacturas Eliot y Tejidos especiales S.A, son altamente competitivas y rentables lo que permite que sean perdurables en el tiempo, siendo de éste modo atractivas para la inversión al demostrar su eficiencia en gestión; en cuanto a las medianas y pequeñas empresas se observa que en la actualidad su nivel competitivo no se ve reflejado en el mercado textil.

Las empresas pertenecientes al sector y consideradas como objeto de estudio, demuestran que la administración y utilización de los recursos entendidos como los activos para la realización de su objeto social y las utilidades generadas en los 5 años evaluados, en estas son óptimos, logrando así posicionarse en el mercado para competir entre ellas y a pesar de esto, generar crecimiento para cada una, destacando los porcentajes positivos del ROA y DUPONT en gran parte de la muestra durante el periodo dando así una visión al mercado y a la industria que las inversiones en este sector son rentables y con un riesgo reducido.

Sin embargo en la actualidad se confía que los diversos factores que han mitigado el surgimiento de este sector ya no tengan efectos negativos en su desempeño, permitiendo que las empresas pertenecientes al mismo logren mejorar sus procesos y gestión, dotados de técnicas innovadoras además de mantener la calidad de sus productos, en busca de perpetuar el legado de haber sido uno de los sectores que impulsaron el crecimiento económico del país décadas atrás.

Referencias

- Cadena, J., Guzmán, A., & Rivera, H. A. (Febrero de 2006). *Revista científica de UCES*. Recuperado el Junio de 2015, de http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/323/Medir_la_perdurabilidad_empresarial.pdf?sequence=1
- DNP. (2013). *dnp.gov.co*. Recuperado el 23 de Julio de 2015, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Textiles.pdf>
- Gerencie. (13 de Junio de 2010). *Gerencie*. Recuperado el Julio de 2015, de <http://www.gerencie.com/para-que-nos-sirve-el-indice-dupont.html>
- Gerencie. (10 de Septiembre de 2013). *Gerencie*. Recuperado el Julio de 2015, de <http://www.gerencie.com/para-que-nos-sirve-el-ebitda.html>
- IDEA. (2004). *Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía*. Obtenido de Consejería e innovación, ciencia y empresa.: <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/1Cap%C3%ADtulo%20I.%20Metodolog%C3%ADa%20para%20la%20catalogaci%C3%B3n%20de%20sectores%20estrat%C3%A9gicos.pdf>
- Inexmoda. (Noviembre de 2010). *Inexmoda*. Obtenido de Instituto para la exportación y la moda: <http://www.inexmoda.org.co/Portals/0/doc/PDF/MAM.pdf>
- Mathews, J. C. (Junio de 2009). *Crece mype*. Recuperado el Junio de 2015, de <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/COMPETITIVIDAD.pdf>
- Méndez Álvarez, C. E. (2006). Metodología. En C. E. Álvarez., *Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. (págs. 230 - 231). Bogotá: Limusa.
- Mintzberg, H. (2002). *El proceso Estratégico*. Madrid: Prentice Hall.
- Monroy, R. (2012). *www.konradlorenz.edu.co*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2012-v2-n1/04_textil_moda.pdf
- Portafolio. (13 de Mayo de 2013). Subfacturación tiene contra las cuerdas a las confecciones. *Portafolio*.
- Porter, M. (2009). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Madrid: Pirámide.
- Quintero Cercana, K. J., & Tuiran Moreno, C. (2015). *urosario.edu.co*. Recuperado el 23 de Julio de 2015, de

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/10629/1010210472-2015.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

Restrepo Puerta, L., & Rivera Rodríguez, H. (2008). *Análisis estructural de sectores estratégicos*. Bogotá: Universidad del Rosario.

SIREM. (2015). *Supersociedades.gov.co*. Recuperado el Septiembre de 2015, de <http://www.supersociedades.gov.co/asuntos-economicos-y-contables/estudios-y-supervision-por-riesgos/SIREM/Paginas/default.aspx>

Super Sociedades. (15 de Octubre de 2013). Recuperado el Noviembre de 2014, de <https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

Tinajero, A. I. (30 de Agosto de 2008). *repositorio.flacsoandes.edu.ec*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2015, de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3071/1/TFLACSO-2008AITC.pdf>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (s.f.). *Dateca Unad*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/210103/MODULO_CONTABILIDAD_FINANCIERA_2013/Modulo%20Contabilidad%20Financiera2/leccin_19___anlisis_financiero.html

Universidadeafit. (s.f). *eafit.edu.co*. Recuperado el 23 de Agosto de 2015, de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Nota%20de%20clase%2020%20EBITDA.pdf>

Vicerrectoria de Investigación y Transferencia. (s.f.). *Universidad de La Salle*. Obtenido de <http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/74c0e8b0-9430-466a-be3d-281b4bd787a6/Gestio%CC%81n+Entorno+y+Competitividad+de+las+Organizaciones.pdf?MOD=AJPERES>