
// Competitiveness



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

innpulsa
Colombia



CAMARA DE
COMERCIO
de IBAGUE

TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS



Gobernación del Tolima
UNIDOS POR ANSEÑA
del TOLIMA



IBAGUE
Camino a la *competitividad* Humana
Alcaldía 2012 - 2015



REGIONAL TOLIMA

Título *Documento de líneas de acción*

Subtítulo *Iniciativa Clúster textil- confección del Tolima*

Día 21/03/2014

Índice

Recordatorio corto de la estrategia	4
Contexto de las líneas de acción.....	6
Línea de acción 1: Formación y profesionalización del talento humano	10
1. Formación integral: imaginarios colectivos para el cambio	10
2. Pertinencia de la oferta académica con el negocio.....	11
3. Estructuración de la Escuela de Formación textil-confección.....	15
4. Incorporación de especialidades del negocio en currículos universitarios locales.....	16
5. Formación de formadores.....	18
6. Estudios e investigaciones en I+D+i para el sector	19
Línea de acción No. 2. Incorporación de la gestión del diseño al interior de las empresas.....	21
1. Promoción del uso de herramientas para incorporar diseño.....	22
2. Formación de pensamiento global en los gerentes de las empresas y sus diseñadores para atender mercados.....	26
3. Encuentros de intercambio y difusión	28
4. Búsqueda de financiación para el desarrollo de actividades de ideación, creatividad e innovación en las empresas.....	29
Línea 3. Mejoramiento en la capacidad productiva y articulación con	

proveedores.....31

1. Gestión para el cambio de cultura y mentalidad hacia una cultura flexible, rápida e integrada.....31

2. Acondicionamiento interno para la producción eficiente.....32

3. Incorporación de uso de TIC para procesos de gestión logística en la disminución de tiempos de entrega.....34

Líneas de acción- Cluster textil confección en el Tolima

Recordatorio corto de la estrategia

Para poder avanzar en el Tolima de la cadena de valor actual a la cadena ideal, de acuerdo al análisis de cinco fuerzas y el benchmarking realizado, el segmento de negocio actual es poco atractivo por su baja rentabilidad, ya que tiende cada vez más a reducir el margen para quien confecciona sin diferencial y que ha generado una disminución en el margen de rentabilidad ya que no hay barreras de entrada que impidan el ingreso de nuevos competidores (de hecho, cada vez hay más jugadores) y hay muchos sustitutos haciendo presión y en el que el distribuidor se queda con la ganancia.

En la actualidad hay una alta concentración de empresas de confección de prendas sin valor agregado (maquila) con bajas barreras de entrada y alta presencia de competidores a nivel local y nacional. El cliente tiene el poder de compra: está muy informado de la oferta global con diferentes niveles de complejidad, compra frecuentemente y tiene muchas opciones en precio, diseño y calidad. Los proveedores no están especializados para ofrecer productos terminados de alto valor.

Hay una alta cantidad de confeccionistas que no ofrecen productos diferenciados ni conectados con las tendencias actuales y las preferencias del consumidor.

Por un lado, para generar rentabilidad, sería necesario hacer especialización de la oferta, incorporando diseño que eleve el valor agregado, conectado con las tendencias mundiales y las preferencias del consumidor con algunas características:

Creación de marca propia ligada a comercio dirigido a consumidor final.

Sistema de gestión de talento humano con alta capacidad y motivación.

Para que la rentabilidad se la quede el confeccionista, se debería hacer énfasis en la disminución de los proveedores enfocada a buscar los mejores y que satisfagan las necesidades específicas del mercado.

También surge la necesidad de la reducción en los tiempos de organización y logística para actuar en ciclos de mercado más cortos. Relación costo: velocidad: calidad, con incorporación de tecnología para optimizar los procesos y TIC- redes sociales para comercialización de productos. Esto permitiría reducir el poder de negociación de los clientes al tener un producto diferenciado y de alta calidad, con una alta rotación.

En función de estas adecuaciones, las tendencias nos orientan también al qué hacer alrededor de lo siguiente:

- **Cambio en la percepción de valor**, con mayor calidad en los productos y servicios a menores precios con más colecciones al año y combinando prendas de bajo costo y gama alta.
- **Consolidación de jugadores**, en donde las grandes marcas van ganando participación, subcontratando las actividades de producción abastecidas en varios países.
- **Un consumidor altamente informado y cada vez más responsable social y ambientalmente**, que acude con mayor frecuencia a internet como fuente de información y canal de ventas
- **Sistemas de producción equilibrados en costo, velocidad y calidad**, que hace que se vaya reduciendo el número de proveedores y se vaya especializando la producción de acuerdo al consumo.

Contexto de las líneas de acción

Para alcanzar a cubrir las brechas que existen entre la situación actual de la cadena de valor actual en el sector textil confección en Ibagué y su entorno de negocios en relación a las condiciones necesarias para que los productores y empresarios del Tolima ingresen al negocio propuesto, se ha decidido trabajar en distintos aspectos vinculados con las áreas de mejora definidas en el análisis.

Para esto, se armaron cuatro grupos de trabajo, de los que participaron empresarios, universidades, SENA, e instituciones públicas y privadas de la región. Estos grupos son los siguientes:

**Formación y profesionalización
del talento humano**

**Incorporación de la gestión del
diseño al interior de las empresas**

**Mejoramiento en la capacidad
productiva y articulación con
proveedores**

Por cada grupo, se han diseñado un conjunto de acciones relacionadas, que se comentan de forma sintética a continuación, y que se detallan en el capítulo siguiente.

Resumen de las acciones

Línea 1. Formación y profesionalización del talento humano

Área de mejora	Actividad	Plazos
Formación y profesionalización del talento humano	1. Formación Integral: Imaginarios colectivos para el cambio	Corto- mediano plazo
	- Identificación y sensibilización de público objetivo (operarios actuales y potenciales)	
	Creación de sistemas de motivación al interior de las empresas para generar sentido de pertenencia. Trabajo Social.	
	Conocer y entender condición social de los que conforman la organización (imaginarios colectivos para el cambio).	
	Concurso: Mejor empresa para trabajar.	
	2. Pertinencia de la oferta (actualización)	
	Diseño de oferta pertinente.	
	Inclusión de competencias necesarias para el mundo actual, en currículos existentes.	
	Uso de TICs: herramientas de producción sistematizada (PAD system, corell draw)	
	* Especialistas en marketing on line, soporte, diseñadores de webs e integración en plataformas	
	* Web manager, community managers, social media managers	
	- Perfiles a nivel gerencial, empresarial, administradores y supervisores	
	*Ventas, lectura de preferencias del cliente, exhibición, escaparatismo	
	*Diseño	
	*Visual merchandising	
	<i>Materias específicas (semestrales) en carreras de ingeniería industrial, diseño gráfico e industria y diseño de modas</i>	
	<i>*Identidad cultural, interpretación de tendencias, coolhunting</i>	
	<i>*Tendencias de consumo avanzadas en moda</i>	
	<i>Estructuración de la Escuela de Formación para el sector textil-confección</i>	
	3. Incorporación de especialidades del negocio en currículos universitarios locales.	Corto- mediano plazo
<i>*Actualización de currículos universitarios, técnicos y tecnológicos acorde a los requerimientos de la demanda</i>		
*Enseñar a los profesionales a enseñar y a los profesores a formar en lo que requieren resolver las empresas.		
<i>*Giras y encuentros de intercambio docente y empresarial a mercados locales, nacionales e internacionales</i>		
empresarios con énfasis en el desarrollo de prendas y/o tecnologías específicas		
4. Formación de formadores		
5. Estudios e investigaciones en I + D + i para el sector textil-confección		
servicios tendientes a:		
Desarrollo de nuevos materiales (uso de fibras naturales o recicladas, por ejemplo)	Corto- mediano plazo	
Disminución de agua en procesos de producción		
Uso de nanotecnología para prendas con uso funcional. Caso antibacterial en camisetas.		
Otros.		
*Desarrollo de agenda académica adjunta a la FIMM		

Línea 2. Incorporación de la gestión del diseño al interior de las empresas

Área de mejora	Actividad	Plazos
Incorporación de la gestión del diseño al interior de las empresas	1. Promoción del uso de herramientas para incorporar diseño	Corto-mediano plazo
	Formación especializada dirigida a las áreas creativas de las empresas*	
	Diplomados, cursos cortos, especializaciones y master on line	
	Asesoría especializada dirigida a la dirección y las áreas creativas de las empresas	
	2. Prestación de servicios tecnológicos	
	Acceso a informes actualizados	
	Patronaje sistematizado	
	3. Formación de pensamiento global en los gerentes de las empresas y sus diseñadores para atender mercados	Corto-mediano plazo
	Talleres para conocer tendencias anticipadas, resultados de viajes de referencia, lectura de preferencia	
	Técnicas para gestión y aprovechamiento de la información del cliente	
	Viajes de referencia a mercados avanzados	
	4. Fomento de encuentros de intercambio de información	
	Conversatorio de empresarios con trayectoria que ya han incorporado diseño a empresas que no lo han hecho.	
	Fortalecimiento de agenda académica de la feria IMM	
	Intercambio sobre tendencias en los mercados avanzados	
Problemas y desafíos comunes de otras empresas de la cadena de valor		
Desayunos de encuentro entre empresarios para desarrollo de ideas innovadoras		

Línea 3. Mejoramiento en la capacidad productiva y articulación con proveedores

Mejoramiento en la capacidad productiva y articulación con proveedores	1. Gestión para el cambio de cultura y mentalidad hacia una cadena flexible, rápida e integrada.	Corto-mediano plazo
	Formación especializada dirigida a las áreas de producción de las empresas	
	Programas de formación y asesoría empresarial en mejoramiento de la productividad y la eficiencia logística de la cadena de abastecimiento, producción y distribución.	
	Desarrollo de programas de mejoramiento en planta para optimización de procesos y disminución de tiempos de entrega.	
	Posibilidad de proyecto en-planta con el CTA y metodología kaizen para aumento de productividad.	Mediano-largo plazo
	2. Acondicionamiento interno de los procesos productivos rápidos e integrados con los requisitos de la demanda.	
Proyecto de reconversión industrial y modernización de equipos para las empresas, de acuerdo a los protocolos de producción limpia y a los últimos avances de la tecnología de la industria textil confección.		
Identificación de mecanismos de financiamiento para actualización y/o reconversión de maquinaria y equipos en las empresas.		

Línea de acción N° 1: Formación y profesionalización del talento humano

Costo de financiación de la línea:

\$2.500.000.000

Tiempo estimado: 3 años

Objetivo

Fomentar en la región la formación pertinente y a la medida de los actores locales, acorde con las necesidades empresariales y regionales para dar el salto cualitativo del talento humano en correspondencia con un mercado conectado con el consumidor, exigente en requisitos y cambiante rápidamente en el tiempo.

Participantes del grupo

- Daniel Lopera- Universidad de Ibagué
- Lucila Valencia- Subdirección Industria SENA Regional Tolima
- Maria Martha Cuellar- Subdirección Industria SENA Regional Tolima
- Adriana Parra- Subdirección Industria SENA Regional Tolima
- Alexander Ruiz Liberato- Universidad CUN
- Julio César Mendoza- Cluster Textil
- Iván Ocampo. Grupo Concalidad
- Pablo Andrés Artunduaga Abella- Grupo Carolina
- Jairo Arias- Confecciones Leader

ACCIONES

1. Formación Integral: Imaginarios colectivos para el cambio

Objetivos

- Identificación de los imaginarios colectivos para el cambio estratégico en las empresas.
- Desarrollo de actividades con enfoque en «formación de ciudadanos activos» desde el sector, para propiciar procesos de cambio

Actividades

- Creación de sistemas de motivación al interior de las empresas para generar sentido de pertenencia. Piloto con 5 empresas que quieran motivar a sus empleados para disminuir la alta rotación en los puestos de trabajo.
- Incorporación de actividades de trabajo social tanto al interior de las empresas como en los procesos de formación de los centros encargados de impartir tecnologías y carreras universitarias.
- Conocer y entender la condición social de los que conforman la organización (imaginarios colectivos para el cambio) para que las empresas y entidades incorporen aprendizaje a su proceso de formación.
- Concurso: Mejor empresa para trabajar entre las empresas del sector con el fin de reconocer a nivel local aquellas empresas que se esfuerzan por tener condiciones deseables para los empleados.

2. Pertinencia de la oferta académica con el negocio (actualización)

Objetivos

- Formar talento humano calificado para la región, que les permita insertarse en un negocio con visión innovadora.
- Generar cambios al interior de los centros de formación que permitan ajustar el qué hacer frente a los perfiles que se deben insertar en la realidad económica local.

Actividades

1. Diseño de oferta pertinente
2. Inclusión de competencias necesarias para el mundo actual, en currículos existentes.

Temas y perfiles requeridos:

En todas las áreas:

- Logren trabajar en grupo
- Que asuman retos
- Inquietos
- Abiertos al cambio (adaptables)
- Reflexivos
- Propositivos
- Crítico (constructivo)

- **Formato general:** Cursos de formación y certificación de 6 meses para empresas de la cadena de valor o en sus propias empresas.

- **Participación:**

- A voluntad, a convocatorias abiertas
- Pago parcial del interesado y apoyo de patrocinadores

- **Programación:** A definir según demanda

- **Gestión:** SENA

- **Formato general:** curso de 6 meses práctico e intensivo

- **Participación:**

- Por inscripción individual de los alumnos.
- Pago de acuerdo a inscritos y costos.
- Subvenciones a empresas

Especialidades y temas requeridos:

* Programadores, diseñadores y desarrolladores de software para desarrollar plataformas para ventas online, e-commerce.

* Web manager, community managers, social media managers

* Investigadores de tendencias de Mercado, cool hunters

*Arquitectura de marca, diseño y visual merchandising

PRODUCTOS

* Especialistas en análisis de tendencias, preferencias de consumidor y coolhunters.

* Especialistas en formulación y gestión de proyectos de desarrollo de diseño

* Especialistas en marketing de moda

*Especialistas en arquitectura de marca

*Especialistas en visual merchandising

- **Formato general:** Formación de 6 meses intensivos para jóvenes con formación técnica o tecnológica.

- **Objetivo:** que interesados puedan adquirir habilidades prácticas para gestionar empresas y recursos con visión de negocio y de largo plazo en moda en el Tolima.

- **Participación:**

- Por inscripción individual de los alumnos

- **Programación:** A definir

- **Gestión:** SENA, CUN, Corporación Universitaria San José, Universidad de Ibagué y Universidad Antonio Nariño

Resultados esperados

- *Certificar competencias de 50 oficios calificados en 2 años*

- *Formar habilidades específicas en 100 agentes del sector*
- *Formar competencias en 50 nuevos profesionales en 2 años*

Público objetivo

Orientado por una parte, a los empresarios de la cadena de valor actuales y potenciales recursos humanos especializados en algunos oficios y profesiones de este negocio, en especial jóvenes.

Participantes

- SENA Regional Tolima: Subdirección de Industria.
- Comisión Regional de Competitividad
- Universidad del Tolima
- Universidad de Ibagué
- Corporación Unificada Nacional –CUN-
- Corporación Universitaria San José
- Centros Regionales de Educación Superior –CERES-
- Programa de Transformación Productiva
- Cámara de Comercio de Ibagué
- Alcaldía de Ibagué y Gobernación del Tolima

Plan de trabajo

A – Definición detallada de perfiles buscados – Documento multidisciplinario

B - Identificación y estimación inicial de público objetivo (jóvenes y operadores actuales) y mercado.

C – Búsqueda de alianzas con instituciones y/o personas que aporten su conocimiento para la formación de cada uno de los perfiles

D – Convocatoria y sensibilización de público objetivo para difusión de la propuesta y sondeos de interés, en colegios, universidades, comunicados a empresas de la cadena de valor.

F – Evaluación de los resultados de la sensibilización, y diseño de proyecto-piloto de cursos/especializaciones en cada uno de los perfiles, con base en la estructura ya descrita.

G- Lanzamiento de proyectos-piloto por un período de prueba.

3. Estructuración de la Escuela de Formación para el sector textil-confección

En alianza con la empresa “Gente estratégica” reconocida a nivel nacional por entrenar a los empleados de las empresas que se les solicite, se ha planteado hacer un capítulo para el Tolima, específicamente para la cadena de valor textil-confección, basado en tres pilares:

- Formación humanística centrada en el fortalecimiento del ser: ética, valores, programación neurolingüística (PNL) y Etno-educación.
- Formación técnica de primer nivel a través de la metodología de aprender-haciendo: diseñada desde la demanda, con altos estándares de calidad y para cerrar la brecha entre el mundo académico y el mundo laboral disminuyendo el índice de deserción laboral.
- Mejoramiento de las condiciones de empleabilidad.

Plan de trabajo

- A – Definición detallada de perfiles buscados de acuerdo a los requerimientos de las empresas
- B - Identificación y estimación inicial de público objetivo y mercado.

- C – Búsqueda de alianzas con instituciones y/o personas que aporten su conocimiento para la formación de cada uno de los perfiles
- D – Convocatoria y sensibilización de público objetivo para difusión de la propuesta y sondeos de interés con empresas de la cadena de valor.
- F –Lanzamiento de proyectos-piloto por un período de prueba.

4. Incorporación de especialidades del negocio en currículos universitarios locales

Objetivos

- Propender por la incorporación en los currículos universitarios de habilidades en pensamiento estratégico, ideación e implementación de propuestas innovadoras para la transformación del sector.
- Sensibilizar a la franja etaria joven con educación del Tolima sobre el el diseño como forma de introducirse en la economía local de manera innovadora.
- Sensibilizar al sector educativo sobre la oportunidad del diseño como sector empleador o posibilidad de nuevas empresas para sus alumnos.

Producto

- Introducción de **asignaturas y contenidos** relacionados al negocio como materias optativas dentro del currículo universitario de carreras afines como diseño de modas, diseño industrial, ingeniería industrial, tecnología en diseño.
- Temas sugeridos para materias electivas
 - * Tendencias avanzadas de consumo.
 - Gestión integral de calidad en diseño y desarrollo de productos y servicios.

- Conexión mercado-cliente.
 - Marketing on-line (e-commerce y arquitectura de marca)
- * Gestión integral de calidad en diseño y desarrollo de productos y servicios
- * Marketing on line (e-commerce y arquitectura de marca)

Resultados esperados

- Que al cabo de dos años, al menos 100 estudiantes de cualquiera de las universidades, y de cualquiera de las carreras mencionadas, asistan a alguna de las asignaturas electivas mencionadas.

Público objetivo

Orientado a estudiantes de las carreras de:

- Diseño de modas
- Diseño industrial
- Administración de empresas
- Ingeniería industrial
- Economía

Participantes

- Universidad del Tolima
- Universidad de Ibagué
- Corporación Unificada Nacional –CUN- sede Ibagué

Plan de trabajo

A – Definición detallada de contenidos temáticos y estructura de materias – Documento multidisciplinario

B – Búsqueda de potenciales profesores y evaluación de contenidos

C – Convocatoria y sensibilización de público objetivo para difusión de la propuesta y sondeos de interés, en colegios, universidades, comunicados a empresas.

E- Lanzamiento de asignaturas-piloto por un período de prueba.

5. Formación de formadores

Objetivo

- Apoyar la formación de instructores y docentes de currículos actuales, con base en las nuevas competencias requeridas y el conocimiento relevante para el sector.
- Conformar una masa crítica local de docentes con alto nivel de formación para la enseñanza en el sector textil-confección.

Actividades planteadas

Alianza con institutos Internacionales, el SENA, las universidades, los centros de formación locales y los centros y universidades de Bogotá, para la actualización permanente de docentes.

Aspectos esenciales para el perfil del docente requerido:

- Pensamiento global.
- Visión integral de negocio.
- Enfoque en desarrollo endógeno de territorio.
- Articulación academia-realidad.

Otros.

6. Estudios e investigaciones en I + D + i para el sector textil-confección

Objetivo

Generar conocimiento y desarrollos específicos innovadores, que permitan facilitar la incursión de nuevos productos y servicios diferenciados basados en las tendencias avanzadas de consumo.

Producto

- - Investigación permanente de tendencias de compradores avanzados para desarrollo de productos y servicios tendientes a:
 - Desarrollo de nuevos materiales (uso de fibras naturales o recicladas, por ejemplo)
 - Disminución de agua en procesos de producción
 - Uso de nanotecnología para prendas con uso funcional. Caso antibacterial en camisetas.

Resultados esperados

- Al menos 1 proyecto de investigación en marcha entre los que aparecen mencionados arriba, en el año 2014, y resultado de alguno de ellos en el segundo semestre de 2015.
- Mayor interés y colaboración de empresarios, universidades y entidades de apoyo a la investigación pertinente.

Público objetivo

Los conocimientos generados allí serán bienes públicos, que idealmente tendrán impacto en la actividad de toda la región.

Participantes

- Grupos de investigación de la Universidad del Tolima
- Grupos de investigación de la Universidad de Ibagué
- Empresarios locales
-
- Entidades patrocinadoras: PTP, Innpulsa, Colciencia, Sena -Senova

Plan de trabajo

A – Definición específica de contenidos y problemas a desarrollar en relación a los temas mencionados, y distribución de temas entre Universidades y sus grupos de investigación.

B – Diseño de proyectos de investigación. Evaluación de la forma de implementación: fondos propios, externos o mixtos; equipos de investigación; plazos; alianzas institucionales eventuales.

C – Firma de acuerdo-compromiso (si necesario) entre las instituciones del sector académico y privado para la presentación de proyectos a convocatorias.

D – Lanzamiento y ejecución de proyectos de investigación.

E – Articulación con sector privado para actividades sobre la base de resultados

F – Difusión pública de resultados para el sector

Línea de acción N° 2: Incorporación de la gestión del diseño al interior de las empresas

Valor de la línea: \$2.800.000.000

Tiempo estimado: 2 años

Dos de las tendencias que determinan la evolución del negocio de la moda en los últimos años son la personalización y la incorporación de elementos de diseño para prendas acordes con los cambios de un consumidor que está cada vez más informado y que tiene el poder de negociación al tener múltiples opciones de dónde escoger. Esto, para las empresas que ofrecen el servicio, se constituye en uno de los retos centrales pues es conocer cada vez más en detalle, el perfil de ese consumidor, sus preferencias y características y en función de eso adecuar sus productos y servicios, para poder estar en la competencia.

En este sentido, la incorporación del diseño de manera efectiva al interior de las empresas, permitirá que lo que se produzca vaya a un mercado que reconoce el valor generado en la diferenciación de su prenda.

Objetivo

Promover la incorporación del diseño como elemento diferenciador y generador de valor agregado para el sector a través de la educación, la investigación y la aplicación integrada del diseño, la moda, la comunicación visual y el conocimiento del mercado y las preferencias del consumidor para que las empresas locales puedan competir en un segmento de negocio más atractivo.

Participantes del grupo

- Carolina Amaya - Cormoda
- Melkin Aguirre Vargas- Paloma Aguirre Marroquinería
- Consuelo Abella- Grupo Carolina
- Pablo Andrés Artunduaga Abella- Grupo Carolina

- Jenny Lorena Mendoza- Confecciones Caribbean
- Pedro Aranda- Cormoda/ Paw Confecciones
- Jader Zuleta- CP Company
- Julio César Mendoza- Cluster textil confección
- Gabriel Vargas- Tramasoft
- Gabriel Piedrahita- TIC
- Rodrigo Ruiz- Nine colors
- Aider Avilés- Avins
- Ana María López- Coordinadora Centro de Diseño CCI
- Lucila Valencia- Subdirección Industria SENA Tolima
- Martha Cuellar- Subdirección Industria SENA Tolima
- Adriana Parra- Subdirección Industria SENA Regional Tolima

ACCIONES

1. Promoción del uso de herramientas para incorporar diseño

Objetivo

Sensibilizar a los gerentes, dueños, inversionistas y socios de las empresas locales sobre la importancia de desarrollar las condiciones al interior de su empresa en función de conectarse con la demanda y de incorporar procesos de diseño que les permita generar una mayor facturación.

Actividades planteadas

* Formación especializada dirigida a las áreas creativas de las empresas

Es vital que las empresas formen de manera permanente a las áreas creativas de las empresas, que en la actualidad están dentro de las áreas de producción y cuyos perfiles generalmente obedecen a diseñadores industriales que preparan las colecciones. En el caso de aquellas empresas que no tienen áreas creativas, se propone que el Centro de Diseño promueva la creación de las mismas, ayudando a los gerentes a la definición de los perfiles y a la consecución de los mismos.

Se requiere además:

Diplomados, cursos cortos, especializaciones y mast on line en temas como:

- Conocimiento de tendencias anticipadas
- Conocimiento de preferencias del consumidor (ejercicios en tiendas y con personal de ventas)
- Diseño de colecciones de acuerdo a preferencias
- Interpretación de escogencias en puntos de venta
- Marketing de moda
- Community manager- ventas on line

Asesoría especializada dirigida a la dirección y las áreas creativas de las empresas en:

- Mejoramiento de producto
- Creación de marca
- Arquitectura de marca
- Branding

- Investigación para el desarrollo y montaje de colecciones
- Desarrollo de piezas: catálogos on line.
- Mercadeo de moda
- Control de calidad
- Uso de informes con tendencias anticipadas- Stylesight
- Creación de Células Autónomas de Diseño (CAD) al interior de las empresas

*** Prestación de servicios tecnológicos**

- Patronaje sistematizado

Lectra system

Pad system

Gemini cad

Rich peace

- Conversión de archivos
- Impresión en plotter
- Planeación de corte

Acceso al informe Stylesight que contiene información anticipada de tendencias.

- Montaje de unidad de vigilancia e inteligencia de mercados para identificar oportunidades en nichos específicos

Productos

1. Fortalecer el Centro de Diseño del Tolima para que sea fuente de entrenamiento permanente de las áreas creativas de las empresas.
2. Transferencia de conocimiento para formar capacidad local, principalmente en empresas de confección.

Resultados esperados

- Formación de al menos 300 personas/año en procesos de incorporación de diseño
- Asesoría a por lo menos 50 empresas/año para el montaje de áreas creativas y desarrollo de colecciones
- Prestación de al menos 500 servicios tecnológicos a 100 empresas
- Al menos 1 alianza con un centro internacional de investigación y desarrollo. Propuesta: Instituto Europeo de Diseño, Barcelona, España.
- Al menos una nueva empresa que preste servicios de diseño o una existente que haya incorporado este servicio como industria de soporte.

Participantes

- Centro de Diseño de la Cámara de Comercio de Ibagué
- Cluster Textil--confección
- Cun, SENA, Gobernación del Tolima y Alcaldía de Ibagué, Universidad de Ibagué.
- Instituciones de apoyo nacionales: Innpulsa, MinTIC, Colciencias.

Plan de trabajo

A - Realización de una identificación de empresas expertas en diseño que estén interesadas en participar en las actividades.

B- Articulación de actores para definición de la propuesta.

C- Identificación de aportes y roles de los participantes del proyecto .

D- Identificación de fuentes de financiación via convocatorias o proyectos específicos.

E- Formulación y presentación de al menos 1 proyecto.

2. Formación de pensamiento global en los gerentes de las empresas y sus diseñadores para atender mercados

Objetivo

Desarrollar actividades que permitan instalar en los gerentes y áreas creativas de las empresas, la necesidad permanente de actualizarse y pensar su negocio como una actividad global, en competencia y crecimiento constante para poder asegurar su permanencia de largo plazo en el mercado.

Actividades planteadas

Realización de talleres para conocer tendencias anticipadas, resultados de viajes de referencia, lectura de preferencia de consumidores.

Técnicas para gestión y aprovechamiento de la información del cliente

Viajes de referencia a mercados avanzados:

Bogotá, Medellín y Barranquilla.

Destinos internacionales dependiendo del interés de las empresas, en el marco de actividades feriales.

Visitas a tiendas competidoras

Resultados esperados

- Al menos 20 empresas formando su talento desde lo gerencial para la incorporación del diseño.

Participantes

- Empresas locales que integren servicios y/o que desarrollen servicios de este tipo.
- Instituciones de apoyo locales: Cámara de Comercio de Ibagué, Secretaría de TI del Tolima, Universidad de Ibagué, Alcaldía de Ibagué.
- Instituciones de apoyo nacionales: Innpulsa, MinTIC, Colciencias.

Plan de trabajo

A - Realización de una identificación de empresas que estén interesadas en participar en el proyecto.

B- Articulación de actores para definición de la propuesta.

C- Identificación de aportes y roles de los participantes del proyecto .

D- Identificación de fuentes de financiación via convocatorias o proyectos específicos.

E- Formulación y presentación del proyecto.

F- Ejecución del proyecto con transferencia de tecnología a empresas locales incluida.

3. Encuentros de intercambio y difusión de información

Objetivos

- Divulgar y ampliar el alcance y llegada de información sobre diversos temas claves de estrategia y mercados para las empresas.
- Sensibilizar a productores sobre el negocio y motivar una dinámica mayor de reflexión e intercambio entre productores sobre desafíos comunes.

Producto

Cuatro (4) series de encuentros temáticos de socialización de información y reflexión anuales. Se trata de un total de doce (12) reuniones sobre distintas temáticas asociadas al negocio de y a la innovación y mercados en esta actividad:

- * El modelo de negocio de la moda con énfasis en consumidores informados

- * Tendencias en los mercados avanzados

- * Problemas y desafíos comunes de otras empresas de la cadena de valor

- * Desayunos de encuentro entre empresarios para desarrollo de ideas innovadoras

Los encuentros serán organizados en conjunto por la Comisión Regional de Competitividad. En cada evento habrá un invitado expositor ad-honorem que será elegido en función del tema y de la disponibilidad de su agenda

Resultados esperados

- Realización de los 10 encuentros en los años 2014 y 2015.
- Captación de nuevos agentes del cluster para la participación de la Iniciativa
- Mayor actualización sobre la evolución de los mercados de consumo y sobre la importancia de orientar estrategias hacia un tipo de consumidor local con capacidad de decisión informada.

Público objetivo

Empresas de la cadena de valor de confección.

Participantes

- Invitados especiales (a definir en agenda) de las empresas avanzadas locales, nacionales e internacionales.
- Comisión Regional de Competitividad
- Cluster Textil confección y Cormoda
- Cámara de Comercio de Ibagué

Plan de trabajo

A – Definición detallada de la agenda de invitados potenciales

B – Gestión con invitados

C – Realización de los encuentros

4. Búsqueda de financiación para desarrollo de actividades de ideación, creatividad, innovación en las empresas

Objetivo

Identificar y/o desarrollar esquemas de financiación que les permita a las empresas desarrollar actividades no tradicionales asociadas a fortalecer la capacidad local de ideación, creatividad e innovación para mejorar productos y servicios basados en el cambio de cultura y mentalidad.

Actividades

- Presentación a convocatorias para proyectos con recursos no reembolsables de ideación de beneficio colectivo y uso individual.
Innpulsa IFR 004.

- Alianzas público- privadas para financiar intervenciones a nivel de empresa en función del direccionamiento estratégico asociado al consumidor.
- Identificación y gestión de mecanismos financieros para el montaje y/o acondicionamiento de puntos de venta físicos y on line, incluyendo entrenamiento de personal.

Línea de acción 3: Mejoramiento en la capacidad productiva y articulación con proveedores

Valor de la línea: \$3.000.000.000

Tiempo estimado: 2 años

Objetivos

Promover en las empresas locales de confección el acondicionamiento interno de los procesos productivos de manera rápida, flexible e integrada con los proveedores para responder a las exigencias del consumidor final.

- Contribuir al cambio estratégico y a la inserción en el negocio de moda del conjunto de empresas de la cadena de valor más avanzadas, abiertas o dinámicas de la región.

Actividades

1. Gestión para el cambio de cultura y mentalidad hacia una cadena flexible, rápida e integrada.

Objetivo

Sensibilizar a los gerentes, dueños, inversionistas y socios de las empresas locales sobre la importancia de desarrollar las condiciones al interior de su empresa, generando la integración y agilidad de procesos de producción y logística desde la proveeduría hasta la entrega de producto y/o servicio final.

Formación especializada dirigida a las áreas de producción de las empresas

Programas de formación y asesoría empresarial en mejoramiento de la productividad y la eficiencia logística de la cadena de abastecimiento, producción y distribución.

Desarrollo de programas de mejoramiento en planta para optimización de procesos y disminución de tiempos de entrega.

Posibilidad de proyecto en-planta con el CTA y metodología kaizen para aumento de productividad

Se tratan puntualmente los temas:

- Buenas prácticas de productividad operacional,
- Visión y enfoque de las empresas de Categoría Mundial,
- Forma de participación de las empresas

2. Acondicionamiento interno de los procesos productivos rápidos e integrados con los requisitos de la demanda.

Actividades planteadas

Programas de formación y asesoría empresarial en mejoramiento de la productividad y la eficiencia logística de la cadena de abastecimiento, producción y distribución.

Proyecto “Tolima Tex-green”, para el rediseño de la cadena productiva Fibratextil-confección, desde la hilatura hasta la producción de la prenda de vestir, bajo condiciones de producción limpia susceptible de ser certificada con sello verde.

Proyecto de reconversión industrial y modernización de equipos para las empresas, de acuerdo a los protocolos de producción limpia y a los últimos avances de la tecnología de la industria textil confección.

Identificación de mecanismos de financiamiento para actualización y/o reconversión de maquinaria y equipos en las empresas.

Producto

Implementación de planes de mejora a las empresas a nivel individual y colectivo. Temas de interés: mejoramiento de producto, aumento en la eficiencia, desarrollo de portafolio de servicios, etc.

Certificación de gestión de calidad en las empresas

Desarrollo y difusión de instrumentos financieros para que las empresas mejoren, adecuen o desarrollen su producto (líneas Bancoldex, Findeter, Finagro)

Resultados esperados

Implementación de planes de mejora a por lo menos 10 empresas anuales a nivel individual en mejoramiento de producto, diseño de paquetes, señalización, desarrollo de portafolio de servicios, etc.

Certificación de gestión de calidad de al menos 10 empresas

Realización de al menos 2 ruedas financieras para el desarrollo y difusión de instrumentos financieros para que al menos 20 empresas mejoren, adecuen o desarrollen su producto (líneas Bancoldex, Findeter, Finagro).

Presentación de 1 proyecto de cooperación para desarrollar metodologías de aumento de la eficiencia en la operación con metodología kaizen.

Público objetivo

- Empresas de la cadena de valor
- Emprendedores individuales interesados
- Comercializadores locales
- Jóvenes interesados con inserción en el sector

Participantes

Comisión Regional de Competitividad/Cámara de Comercio de Ibagué, Gobernación del Tolima, Alcaldía de Ibagué

Universidades y SENA

Centros de investigación y desarrollo: Centro de Productividad del Tolima

Plan de trabajo

A – Estructuración de programa de mejoramiento a nivel general y aspectos a verificar, entender y observar. Investigación y sondeo de empresas y servicios potenciales a prestar con vinculación de distintas instituciones.

B – Búsqueda de fuentes de financiamiento disponibles y/o patrocinadores interesados en apoyar las acciones.

- C – Sondeo de potenciales interesados para participar en el proceso.
- D – Aplicación a la fuente de financiamiento y lanzamiento de convocatoria.
- E – Lanzamiento de la convocatoria a interesados para registrarse
- F - Cierre de convocatoria y definición de implementación de proceso técnico y administrativo.