

Análisis financiero de empresas de uniformes en el Valle de Aburrá (Colombia) 2012-2017

Simón Vásquez Vélez

Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia simon.vasquezv@upb.edu.co

Fausto A. Zuleta Montoya

Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia fausto.zuleta@upb.edu.co

Revista **IDGIP**
ISSN 2619-1830 (en línea)
Volumen 1, N.º 2
Julio- diciembre de 2019,
pp. 6-23

Recibido: 12/10/2017
Aceptado: 26/09/2018
Disponible en <http://revistas.escuelaing.edu.co/index.php/idgip>

Resumen: El presente trabajo desarrolla un análisis financiero integral de las principales empresas dedicadas al diseño, confección y comercialización de uniformes industriales y de uso médico en el Valle de Aburrá (Medellín-Colombia), entre 2012 y 2017. El objetivo principal es evaluar en términos financieros el desempeño de dichas empresas para determinar factores que influyen en las dinámicas del sector. La investigación fue de carácter documental; se estudiaron 24 empresas de este sector económico instaladas en la zona, partiendo principalmente de la información que reportan a los organismos estatales. Adicionalmente, se revisaron, mediante otras técnicas de obtención de información, una serie de entrevistas estructuradas, análisis de portafolios de producto y revisión de oferta de uniformes mediante sus páginas web, con el fin de contrastar la información financiera con la gama productiva establecida, y con ello especificar en las estrategias del sector estudiado.

Palabras claves: análisis financieros; estudios comparativos; uniformes; empresas sector textil-confección; diseño y finanzas.

Financial analysis of companies of uniforms in the Valle de Aburrá, Colombia 2012-2017

Abstract: This work develops a comprehensive financial analysis of the main companies dedicated to the design, manufacture and commercialization of industrial uniforms and medical use in the Aburrá Valley, (Medellín-Colombia), between 2012 and 2017. The main objective is to evaluate the performance in financial terms of these companies to determine factors that influence the dynamics of the sector. The research was documentary, 24 companies from this economic sector settled in the area were studied, mainly based on the information they report to the state agencies of the country. Additionally, a series of structured interviews, analysis of product portfolios and review of the offer of uniforms through their web pages were reviewed, using other information gathering techniques, in order to make a contrast of the financial information against the range established productive, and with this, point out in the strategies of the sector studied.

Keywords: financial analysis; comparative studies; uniforms; companies of the textile-clothing sector; design and finance.

Clasificación JEL: D49, L67, O12.

1. INTRODUCCIÓN

La industria textil colombiana tiene un gran abanico empresarial en el que se desarrollan prendas de vestir de todo tipo, algunas de mayor reconocimiento y relación con la moda y otras, como las organizaciones dedicadas al diseño, confección y comercialización de uniformes para el sector laboral de diversas tipologías. Este sector representa el 9 % de la producción industrial de Colombia (Superintendencia de Sociedades, 2015), y es significativo para las dinámicas empresariales de la región latinoamericana. Con tal referencia y dando lugar al Valle de Aburrá y su municipio más reconocido, Medellín, se conectan otras nueve ciudades: Envigado, Itagüí, Sabaneta, La Estrella, Bello, Barbosa, Copacabana, Girardota y Caldas. Esta zona es un centro de producción textil y de confección con una historia de más de 60 años, enmarcada por sus centros de producción para marcas reconocidas, sus ferias internacionales y sus relaciones comerciales con muchas partes del mundo que ayudan en las dinámicas de crecimiento y desarrollo socioeconómico (Carmona et. al., 2008).

Ahora bien, los uniformes se entienden como un “Traje peculiar y distintivo que por establecimiento o concesión usan los militares y otros empleados o los individuos que pertenecen a un mismo cuerpo o colegio” (RAE, 2014). A esto se le puede añadir que son un “medio y representación visual de la institucionalidad” (Fernández, 2003), o “Una uni-forma, una forma única capaz de representar una idea o un propósito común” (Calefato, 2007). El eje principal de esta investigación son este tipo de empresas, sus prendas y sus dinámicas financieras, las cuales fueron consideradas interesantes debido a que representativamente suelen sobreponerse al producto extranjero, son significativas en las dinámicas industriales del país (Gómez-Rivera, 2015) y también son un caso de estudio debido a que se conoce muy poco sobre ellas.

Por otra parte, estas empresas integran un contexto normativo que condiciona sus diseños (Mintrabajo, 2015), métodos productivos, materias primas, insumos y, por ende, la demanda. El Código Sustantivo del Trabajo de Colombia, en su artículo 230 dice: “Todo {empleador} que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes, deberá suministrar cada cuatro (4) meses, en forma gratuita, un (1) par de zapatos y un (1) vestido de labor al trabajador, cuya remuneración mensual sea hasta dos (2) meses el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres (3) meses al servicio del empleador” (Secretaría General del Senado, 2016). De allí que, respaldándose en la ley, este tipo de empresas subsisten, se mantienen y crecen. Su marco global es la confección de prendas de vestir, pero las reglas de juego que las rigen son diferentes de las que tienen empresas que confeccionan ropa interior, pantalones o camisas, por ejemplo, ya que se encuentra el código antes mencionado, el cual habla de la obligación que tienen los empleadores de suministrar a sus empleados la vestimenta laboral, es decir, una demanda periódica obligatoria, lo cual establece una oferta y demanda estable.

Adicionalmente, también están las normativas nacionales, realizadas por distintas mesas o comités del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec), que determinan unas características funcionales orientadas a la protección, resistencia y usabilidad, aspectos que no necesariamente deben cumplir prendas de vestir enfocadas en las tendencias, en las cuales uno de los factores más impor-

tantes es la estética. Destacan normativas sobre higiene y seguridad, protección en pies, manos y cabeza, y los trajes completos destinados a la defensa en salud o el campo industrial. Normas Técnicas Colombianas (NTC) del Icontec, como las 2219 (1986), 2257 (1987), 2830 (1990), 3252 (1991), 1956 (1997), 1726 (1999), 5049 (2002), 5625 (2008) o 5623 (2009) presentan un abanico de determinantes frente al posible uniforme; sin embargo, no existe alguna política sobre el producto genérico o para usos comunes que no impliquen factores de riesgo. Por lo anterior, las normativas no se establecen como obligatoriedad dentro de los parámetros de ley, algo que deja un bache dentro de la oferta y realización de la producción para algunos oficios.

Es importante recalcar que “el sector textil-confección tiene marcada relevancia en la economía nacional. Muestra de ello es que para el año 2014 este sector tuvo una participación del 9,2 % en el PIB de la industria manufacturera del país” (Superintendencia de Sociedades, 2015). En relación con esto, los detalles más precisos que se encuentran sobre estas dinámicas son los informes de estados financieros y económicos emitidos por la Superintendencia de Sociedades del Gobierno de Colombia (SS), las cámaras de comercio locales, el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), el portal web de Análisis Financiero Empresarial (Grupogia.com), entre otros. Los efectos de lo anterior se traducen en un evidente desconocimiento de las características productivas de un contexto empresarial que se ha hecho y se hace importante, ya que está ligado a la cotidianidad de un gran número de personas, que en un contexto laboral pasan la mayor parte de su tiempo vestidas con una prenda que generalmente es de uso obligatorio.

En este sentido, el análisis de dichas empresas se enfoca en varios puntos; primero se revisan sus estados financieros con el fin de conocer cómo ha sido su comportamiento entre 2012 y 2017. Para esto, teniendo en cuenta los principales indicadores financieros sugeridos por el Instituto Nacional de Contadores Públicos (INCP) en su página web (INCP, 2013), complementado con los indicadores sugeridos por el Sistema de Información y Reporte Empresarial (Sirem) en su página web (Superintendencia de Sociedades, s.f), integrado con una serie de entrevistas a personal directivo de algunas empresas, se podrá enlazar el entendimiento de ellas desde varios aspectos y corroborar los hallazgos del análisis financiero. Además, se revisará la información que estas empresas consignan en sus sitios de internet para conocer cómo están aprovechando las crecientes tecnologías de la información y comunicación. Sumado a todo lo descrito, se revisarán informes económicos enfocados en el sector textil-confección publicado por entidades como la Cámara de Comercio de Medellín (2017), la Superintendencia de Sociedades e Inexmoda, entidades de carácter público y privado del país.

En Colombia se han hecho análisis del desempeño financiero por sectores (Correa, Castaño & Ramírez, 2010), pero hasta el momento no se conocen estudios que permitan entender el comportamiento en sus subdivisiones, que además suministren información clara acerca de los desafíos, dificultades, fortalezas, etc., y que sirva como insumo para generar estrategias comerciales a escala nacional e internacional, y como base para establecer políticas de gran impacto sobre la competitividad.

2. METODOLOGÍA

2.1 Búsqueda

En esta investigación se realizó una búsqueda sistemática y dirigida del perfil objetivo empresarial, el cual consistió en revisar directorios telefónicos, motores de búsqueda de internet y páginas especializadas en el sector textil-confección de empresas en el Valle de Aburrá (Medellín y sus municipios aledaños), empresas dedicadas exclusivamente al diseño-confección-comercialización (o cualquiera de estas tres), de uniformes industriales y uniformes de uso médico. Adicionalmente, se tuvo en cuenta la mesa del clúster del mismo sector para hallar información relevante.

La búsqueda en directorios telefónicos permitió encontrar 18 empresas dedicadas a esta labor. Es de anotar que la zona, dentro de la geografía nacional, se destaca dentro de procesos de diseño, producción y comercialización de prendas de todo tipo, lo que la hace un referente en el país (González, 2018). Posteriormente, se revisaron los estados financieros que comparte la SS, los cuales tienen en promedio información de cerca de 27.076 empresas colombianas, donde se realizan filtros por municipio y sector económico al que pertenecen. Esto redujo el número de empresas a 3.325 con una diferencia posible de ± 25 empresas, aproximadamente. Teniendo dicho filtro, se realizaron búsquedas por palabra clave para hallar empresas cuya razón social tuviera una palabra relacionada con uniformes industriales o de uso médico. Cuando alguna de las búsquedas daba resultados acordes y positivos, se tomaba el número de identificación tributaria (NIT) y se ingresaba en el servicio de búsqueda que brinda el registro único empresarial y social (RUES) en su página web. La idea de todo ello era buscar el resultado de la posible aparición de otras razones sociales asociadas a ese NIT y descartar las empresas que no cumplieran el requisito de información.

También se aplicó el proceso inverso de búsqueda, es decir, dentro del RUES se buscaron empresas cuya razón social pudiera estar relacionada con uniformes industriales, y el NIT de las empresas resultantes se indagó en los informes del Sirem. Ahora bien, cuando se tiene una razón social posiblemente relacionada con uniformes industriales, se puso en motor de búsqueda y de esta manera se encontró información directa e indirecta de estas empresas: su página web, teléfonos y direcciones, y también posibles informes o artículos que dan cuenta de características importantes frente al tamaño, especialidad y maquinaria productiva. Con dicha información se ingresó en todos los portales financieros y se corroboró que dentro de su portafolio de productos estuviera algún tipo de uniforme de uso industrial o médico, información confirmada por vía telefónica. Durante esta segunda búsqueda se hallaron seis empresas más con las características de interés en la investigación, para un total de 24 empresas en la zona del Valle de Aburrá (tabla 1). Hay que tener en cuenta que las últimas seis empresas encontradas son las que tienen información financiera detallada.

2.2 Análisis financiero

Para el análisis financiero se utilizaron los indicadores usados por la SS (Superintendencia de Sociedades, s.f) el Instituto Nacional de Contadores Públicos de

Colombia (INCP, 2013), así como algunos de los utilizados por Carlos Castaño y José Arias en su artículo: Análisis Financiero integral de empresas colombianas 2009-2010 (Castaño Ríos & Arias Pérez, 2013).

2.3 Recopilación

Teniendo claras las empresas por analizar, se dividió la investigación en dos fases; la primera consistió en tomar los estados financieros de los años 2012 a 2017 de las empresas que se hallaron en el Sirem, con el fin de comparar su evolución financiera. Se encontraron posibles patrones de comportamiento y se realizó un diagnóstico completo; no se tomaron datos del año 2018 debido a que aún no se publicaba información de este año. Todos los datos financieros dados por el Sirem se confrontaron con los que brinda grupogia.com en su base de datos de más de 35.000 empresas colombianas. Para la segunda fase se toman todas las empresas encontradas (tabla 1), y se les realiza entrevista y encuesta guiada, con el fin de conocer información relevante en cuanto a crecimiento, comportamiento y especialidad. Estas empresas en su totalidad fueron invitadas de manera personalizada y avalada por la Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín, con lo cual se busca conocer de primera mano su evolución en los últimos años.

El 20 % de las empresas accedieron a participar, el 67 % de las entrevistas se realizó presencialmente y para el resto se utilizó medio electrónico. Para hallar información acerca de las empresas que no accedieron a participar en la entrevista se ingresó a sus sitios web, en los cuales se encontró información acerca de sus productos, años de experiencia, certificados de calidad, países a los que venden, etc. Al haber empresas que no tenían páginas web o la información que consignaban en ellas era insuficiente, se procedió a realizar consultas directas vía telefónica, con lo que se logró obtener información de la totalidad de las empresas en cuestión. Durante la búsqueda global en la que se encontraron las 24 empresas (tabla 1), se descartaron aquellas que, aunque tenían puntos de venta o representantes en el Valle de Aburrá, su registro mercantil estaba fuera de allí.

Se realizaron entrevistas personales semiestructuradas partiendo de unas preguntas guía (tabla 2), en busca de características que dieran fe o validaran los informes encontrados por los otros medios visualizados. Las entrevistas agregaban preguntas tipo encuesta que ayudaban a valoraciones cuantificables, y según el caso, se adicionaban preguntas cuando fuera necesario ahondar en temas específicos o con el fin de orientar la entrevista hacia un punto determinado. La entrevista se diseñó con base en lo escrito por Valles (2002). Las personas que se escogen para las entrevistas son directivos de las empresas; de esta manera se garantiza que las respuestas dadas provengan de un empleado de nivel alto o incluso del dueño, que tiene un conocimiento global y amplio sobre su empresa. El formato de la entrevista se puede ver en el cuadro 2, donde se especifica la variable tenida en cuenta y las preguntas según su tipo, si es necesario.

Paralelamente a lo descrito anteriormente, se revisan las páginas web de todas las empresas encontradas con el fin de dar respuesta a la mayor cantidad de preguntas de la tabla 2, desde una perspectiva más objetiva y valorando las características que indican las empresas. También se revisan algunos informes emitidos por la Cámara de Comercio, el DANE y la Superintendencia de Socie-

Tabla 1
Descripción general de empresas dedicadas al diseño-confección-comercialización en el Valle de Aburrá 2012-2017

#	NÚMERO DE EMPLEADOS*	TIPO DE EMPRESA*	MUNICIPIO EN EL VALLE DE ABURRÁ	PÁGINA WEB DISPONIBLE	CON INFORMACIÓN FINANCIERA EN ELSIREM	TIPO DE UNIFORME EN QUE SE ESPECIALIZAN	FABRICAN	DISEÑAN	DISTRIBUYEN	CALZADO	VESTUARIO
1	37	PEQUEÑA	ENVIGADO	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
2	351	GRANDE	MEDELLÍN	SÍ	SÍ	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
3	9	MICRO	MEDELLÍN	NO	SÍ	INDUSTRIAL	x			x	x
4	4	MICRO	MEDELLÍN	SÍ	NO	INDUSTRIAL	x			x	x
5	5	MICRO	ENVIGADO	NO	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x	x		x	x
6	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x	x			x
7	7	MICRO	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x				x
8	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	INDUSTRIAL	x			x	x
9	4	MICRO	MEDELLÍN	NO	NO	INDUSTRIAL	x				x
10	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x				x
11	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
12	12	PEQUEÑA	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO	x			x	x
13	237	GRANDE	MEDELLÍN	SÍ	SÍ	MÉDICO E INDUSTRIAL	x	x		x	
14	150	MEDIANA	MEDELLÍN	NO	SÍ	INDUSTRIAL	x			x	
15	8	MICRO	ITAGÜÍ	NO	NO	INDUSTRIAL	x				x
16	21	PEQUEÑA	LA ESTRELLA	SÍ	SÍ	INDUSTRIAL	x			x	x
17	6	MICRO	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO	x			x	x
18	15	PEQUEÑA	ENVIGADO	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x				x
19	25	PEQUEÑA	MEDELLÍN	SÍ	SÍ	MÉDICO E INDUSTRIAL			x	x	
20	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	INDUSTRIAL	x				x
21	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	INDUSTRIAL	x			x	x
22	9	MICRO	SABANETA	SÍ	NO	INDUSTRIAL	x				x
23	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
24	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLÍN	SÍ	NO	INDUSTRIAL	x	x		x	x

Fuente: Elaboración propia.

Nota: a. El número de empleados corresponde a la cantidad que reportan las empresas ante la Cámara de Comercio (RUES, 2016). b. El tipo de empresa se hizo según la clasificación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2013).

dades, para conocer en términos generales cómo ha sido el comportamiento del sector textil-confección en Colombia y en especial dentro del Valle de Aburrá. Esto también alimenta la variable de las relaciones para sus conclusiones, entre los altibajos económicos de las empresas dedicadas al diseño, confección o comercialización de uniformes industriales o de uso médico con eventos globales de la economía colombiana.

Tabla 2
Resumen de preguntas realizadas a los directivos entrevistados

Variable	Pregunta	Tipología
Información general de la empresa	¿Hace cuantos años se fundó la empresa? – encuesta	Encuesta
	¿Cuántos años llevan fabricando uniformes? – encuesta	Encuesta
DOFA	¿Cuáles son sus principales debilidades?	Entrevista
	¿Cuáles son sus principales oportunidades?	Entrevista
	¿Cuáles son sus principales fortalezas?	Entrevista
	¿Cuáles son sus principales amenazas?	Entrevista
Evolución económica	¿Por qué creen que sus ingresos han mejorado o desmejorado en los últimos tres años?	Encuesta
	1- ¿Cambiaron la tecnología de su empresa?	Encuesta
	2- ¿Consiguieron o perdieron clientes representativos?	Encuesta
	3- ¿Aumentaron o disminuyeron los costos de producción?	Encuesta
	4- ¿Cambiaron o aumentaron canales de distribución?	Encuesta
	5- ¿Aparecieron o desaparecieron competidores?	Encuesta
6- Otra, ¿cuál?	Encuesta	
Diseño	¿Tienen departamento de diseño en su empresa? Sí, no, ¿por qué?	Entrevista
	¿Conoce cuál es su impacto?	
Normativa	¿Tiene conocimiento de las normas Icontec que rigen el diseño y producción de uniformes de uso industrial?	Entrevista
	¿Tiene conocimiento de las normas Icontec que rigen el diseño y producción de uniformes de uso médico?	Entrevista
	¿Aplican algunas de esas normas?	Entrevista
	¿Desde hace cuánto las aplican?	Entrevista
	¿Aparte de las Icontec, qué otras normas siguen?	Entrevista
	¿Considera que seguir estas normas afecta positivamente la rentabilidad de su empresa?	Entrevista
	¿Han tenido problemas por la no aplicación de estas normas?	Entrevista
	¿Conocen las consecuencias de vender productos que no sigan las normas que los rigen?	Entrevista
	¿Cuáles de estas normas son las más rigurosas?	Entrevista
	¿Es para ustedes más costoso producir siguiendo una norma o producir sin seguirla?	Entrevista
¿Considera que las normas actuales son suficientes o deberían existir más?	Entrevista	
Mercados extranjeros	¿Son exportadores?	Encuesta
	¿Qué productos exportan?	Encuesta
	¿Hacia qué países exportan?	Encuesta
	¿Hace cuántos años lo hacen?	Encuesta

Fuente: Elaboración propia.

3. RESULTADOS

Los resultados se presentan en dos grupos; el primero (3.1) está relacionado con la revisión de estados financieros siguiendo los planteamientos de Horngren et al. (2000); el segundo (3.2) corresponde a entrevistas a directivos de empresas del sector estudiado y sus respectivas páginas web.

3.1 Revisión de estados financieros

Inicialmente se revisaron los resultados de los años 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 encontrados en el Sirem para las empresas en estudio. La tabla 3 muestra un comparativo de sus ventas durante los años mencionados, y permite evidenciar que del 2012 al 2013 el 100 % de las empresas reportaron crecimiento en sus ventas, aunque dos de ellas sólo lo hicieron en un 1 %. Del año 2013 al 2014 apenas una empresa decreció. Estos datos indican que estas empresas durante los años en cuestión tuvieron una tendencia al crecimiento en ventas, pero el 2015 fue un año en el que en términos de ventas hubo decrecimiento. Más adelante se revisarán otros indicadores para puntualizar un análisis y concluir si también fueron impactadas negativamente durante este año otras cuestiones de dichas empresas. Los valores están dados en pesos colombianos; un (1) dólar se aproxima a un valor de 3150 pesos colombianos.

3.1.1 Estado de Resultados: Ventas

Un estado de resultados muestra información de carácter financiero, principalmente en términos de beneficios o pérdidas que obtuvo una empresa en su ejercicio. El principal ítem que aparece en cualquier estado de resultados es el de las ventas o ingresos. Aunque no es un indicador específico, permite entender de manera clara si los ingresos obtenidos durante un año son mejores que los de años anteriores (Nova, 2008), tal y como puede verse en la tabla 3, que muestra que desde 2012 a 2014 la tendencia fue positiva, el 83 % de las empresas tuvieron crecimiento. Para el año 2015 esta tendencia cambió: sólo el 33 % de las empresas logró resultados positivos. Cabe resaltar que las empresas que lograron crecimiento en ventas para el año 2015, el periodo más difícil para la mayoría, fueron una empresa mediana y una pequeña que se especializan en uniformes industriales. Lo anterior puede sugerir que dichas empresas pueden adaptarse mejor a épocas difíciles que aquellas que son grandes y tienen un portafolio más diversificado. Para el 2016 las cosas mejoraron, el 66 % de las empresas tuvo mejores ventas respecto del año anterior, aunque resaltan los resultados de la empresa #3, ya que empieza a mostrar una tendencia decreciente preocupante. El año 2017 el 80 % de las empresas de las que se obtuvieron datos mostraron crecimiento. Los datos de la empresa #3 no se pudieron obtener ya que no aparecían en la base de datos del Sirem.

3.1.2 Indicadores de rotación

La sección A de la tabla 4 muestra la evolución de la rotación de inventario de las empresas; este indicador da cuenta de la frecuencia con la que estos activos se convierten en efectivo. En términos generales, puede verse que el año 2013 fue positivo en dicho aspecto, ya que sólo una empresa tuvo decrecimiento respecto del año anterior. Para el 2014, tres de las empresas se sumaron al intervalo negativo, pero dos de ellas se mantuvieron en un nivel de rotación de inventarios positivo. El 2015 fue el peor año para casi todas las empresas; algunas de ellas llegaron a su nivel más bajo en los años evaluados. En 2016 y 2017 se empezó a evidenciar una tendencia a mejorar en este indicador para la mayoría de las empresas. Este indicador tiene una relación directa con lo analizado en la tabla 3, relacionado con el comparativo en ventas.

Tabla 3
Comparativo de ventas

Comparativo de ventas						
#*	VENTAS 2012	VENTAS 2013	VENTAS 2014	VENTAS 2015	VENTAS 2016	VENTAS 2017
2	\$ 28.897.684	\$ 30.958.900	\$ 36.154.749	\$ 33.843.645	\$ 45.697.058	\$ 45.821.555
3	\$ 1.925.656	\$ 2.043.992	\$ 2.335.826	\$ 2.147.958	\$ 1.645.836	N/D
13	\$ 33.454.761	\$ 41.574.038	\$ 45.542.765	\$ 42.458.248	\$ 44.925.067	\$ 46.143.566
14	\$ 11.708.549	\$ 11.843.683	\$ 12.286.612	\$ 14.892.780	\$ 10.529.727	\$ 14.201.151
16	\$ 5.705.171	\$ 6.440.808	\$ 6.191.106	\$ 8.339.005	\$ 10.407.694	\$ 12.418.932
19	\$ 15.841.164	\$ 15.939.729	\$ 17.205.190	\$ 16.216.057	\$ 18.139.278	\$ 16.468.596
#*	VARIACIÓN RELATIVA 2012/2013	VARIACIÓN RELATIVA 2013/2014	VARIACIÓN RELATIVA 2014/2015	VARIACIÓN RELATIVA 2015/2016	VARIACIÓN RELATIVA 2016/2017	
2	7 %	17 %	-6 %	35,02 %	0,27 %	
3	6 %	14 %	-8 %	-23,38 %	N/D	
13	24 %	10 %	-7 %	5,81 %	2,71 %	
14	1 %	4 %	21 %	-29,30 %	34,87 %	
16	13 %	-4 %	35 %	24,81 %	19,32 %	
19	1 %	8 %	-6 %	11,86 %	-9,21 %	

Fuente: Elaboración propia

Nota: a. Cifras en miles de millones de pesos colombianos. b. La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en el cuadro 1. c. Las celdas marcadas en negro y con denominación N/D indican que el Sirem no cuenta con datos de ese año en esa empresa. d. Las celdas marcadas en negro indican detrimento financiero respecto del año anterior.

En la sección B puede verse que, en términos de rotación de activos fijos, el 2013 fue un año negativo para la mayoría de las empresas, sólo dos de ellas reportaron crecimiento. Para el 2014 el panorama repuntó, sólo 2 empresas decrecieron, aunque poco respecto del año anterior; además, la empresa número 19 logró una productividad de su activo fijo 3,4 veces mayor que la del año anterior. El 2015 fue un año regular, sólo la mitad de las empresas lograron mejorar este indicador. En los años 2016 y 2017, al igual que con la rotación de inventarios, la mayoría de las empresas mostraron una mejoría en este indicador.

En la sección C de la tabla 4, Rotación de activos, en términos generales se encuentra un comportamiento similar al de la sección B, donde el año 2013 fue menos productivo para la mayoría de las empresas y para el 2014 la mayoría mejoró y las que no lo hicieron, no decrecieron en gran medida. El 2015 fue un año estable respecto del 2014, las empresas que desmejoraron este indicador no lo hicieron en gran medida. Para el 2016 y 2017 puede decirse que todas las empresas se mantuvieron estables, las variaciones fueron muy pequeñas.

La tabla 4 permite evidenciar que las empresas estudiadas en términos operacionales y productivos se encuentran en rangos positivos, ya que una parte de ellas tiende a crecer, otra se mantiene y las que tienen decrecimiento no llegan a niveles de riesgo. Ahora bien, esto sugiere que son empresas que hacen una buena administración de sus recursos, lo que se traduce en buena productividad y crecimiento del sector de estudio.

Tabla 4
COMPARATIVO DE INDICADORES OPERACIONALES

Comparativo de indicadores operacionales																		
#*\Año	A - Rotación de inventarios						B - Rotación activos fijos						C - Rotación activos					
	12	13	14	15	16	17	12	13	14	15	16	17	12	13	14	15	16	17
1	3,42	3,83	4,20	3,32	5,36	5,87	3,8	3,2	3,8	5,2	2,5	2,3	1,0	0,9	1,1	1,0	1,3	1,2
3	8,11	4,49	6,23	4,68	4,44	N/D	9,1	11,2	14,2	14,0	12,4	N/D	2,0	1,8	2,1	2,0	2,1	N/D
13	9,01	16,4	12,7	5,10	9,68	9,72	17	12,5	12,2	9,8	8,4	9,0	2,1	2,5	2,3	1,8	2,1	2,3
14	3,88	4,46	2,94	3,78	1,30	2,40	2,7	3,6	3,7	3,7	0,3	0,4	1,0	0,6	0,6	0,7	0,2	0,2
16	6,89	7,51	6,48	5,84	5,32	4,93	5,4	4,4	4,3	6,0	5,6	6,7	1,6	1,7	1,7	1,8	1,7	1,8
19	6,56	7,35	8,35	8,30	11,0	11,1	22,4	18,4	63,2	20,5	4,7	4,5	1,9	1,7	1,6	1,6	1,7	1,6

Fuente: Elaboración propia.

Nota: a. (#*) La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en el cuadro 1. b. Las celdas N/D significan que el Sirem no cuenta con datos de ese año en esa empresa. Para A. Rotación de inventarios, donde el dato se obtiene de: Inventario promedio / Costo de ventas * # Días. Para B. Rotación activo fijo, el dato se obtiene de Ventas / Activos fijos. Para C. Rotación activos, el dato se obtiene de Ventas / Activos.

3.1.3 Indicadores de liquidez

Estos indicadores son unos de los más importantes, ya que hablan de la disponibilidad que tiene una empresa de fondos efectivos en el corto plazo. Por ello cualquier organización debe tener constante revisión de esto, ya que se relaciona en el corto plazo con su productividad y el capital de trabajo.

Continuando con los resultados encontrados para los indicadores de liquidez (tabla 5), estos nos muestran que las empresas en cuestión, aunque han tenido altibajos, se mantienen en niveles saludables de liquidez. Como ejemplo, en Razón Corriente se puede ver que todas las empresas (excepto la empresa #13 durante los años 2015, 2016 y 2017), tienen el dinero suficiente para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. De hecho, todas se mantienen por encima del mínimo requerido, todas superan la relación 1:1. Como el anterior indicador no es suficiente por sí solo, lo contrastamos con la prueba ácida, que permite identificar que para el 2014 el 50 % de las empresas tuvo resultados desfavorables que indican que dichas empresas necesitan obligatoriamente de la venta de inventario para poder pagar sus deudas, y en el 2015 esta situación se mantuvo igual. Una característica importante de resaltar es que estas empresas son las tres más grandes en número de empleados dentro de la muestra analizada. Para 2016 y 2017, este indicador mantuvo la tendencia, las empresas que venían bien en este sentido siguieron mejorando, las que venían mal no mostraron la misma tendencia.

3.1.4 Indicadores de rentabilidad

Estos se definen como “una relación porcentual que expresa la relación entre un nivel de ganancias sobre un nivel de inversión en la compañía. Son medidas de la eficiencia en el uso de los recursos de la organización y variables que permiten medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esa manera convertir las ventas en utilidades” (Castaño Ríos & Arias Pérez, 2013).

Tabla 5
Comparativo de indicadores de liquidez

Comparativo de indicadores de liquidez						
A.	KTN					
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	\$ 2.221.252	\$ 4.830.003	\$ 4.641.903	\$ 5.484.324	\$ 7.166.540	\$ 7.389.750
3	\$ 436.522	\$ 384.791	\$ 455.296	\$ 465.458	\$ 289.887	
13	\$ 2.368.634	\$ 1.306.546	\$ 786.554	-\$ 1.764.034	-\$ 2.246.708	-\$ 3.040.232
14	\$ 488.373	\$ 712.411	\$ 1.086.613	\$ 433.886	\$ 4.903.047	\$ 2.773.411
16	\$ 1.224.735	\$ 712.223	\$ 960.875	\$ 1.639.829	\$ 1.789.819	\$ 2.863.347
19	\$ 5.027.781	\$ 5.778.327	\$ 5.127.112	\$ 3.687.267	\$ 3.146.804	\$ 3.948.507
B.	Razón corriente					
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	1,2	1,5	1,6	1,6	1,7	1,8
3	2,4	1,7	2	2,1	1,8	N/D
13	1,2	1,1	1,1	0,9	0,9	0,8
14	1,1	1,2	1,2	1,1	2,2	1,4
16	1,9	1,4	1,8	2	1,9	2,6
19	4,9	5,4	3,7	2,4	2	2,4
C.	Prueba ácida					
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	0,61	0,88	0,81	0,78	1,07	1,17
3	1,84	1,11	1,37	1,31	1,05	N/D
13	0,93	0,88	0,85	0,51	0,66	0,61
14	0,51	0,67	0,55	0,49	0,63	0,68
16	1,42	1,03	1,22	1,39	1,22	1,63
19	3,46	4,13	2,86	1,84	1,58	2,03
D.	EBITDA					
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	\$ 2.936.502	\$ 2.812.248	\$ 5.310.880	\$ 3.599.482	\$ 4.606.130	\$ 4.995.476
3	\$ 19.135	\$ 102.089	\$ 137.102	\$ 96.057	-\$ 45.125	N/D
13	\$ 2.245.668	\$ 2.540.004	\$ 2.837.080	\$ 1.131.051	\$ 122.778	\$ 27.288
14	\$ 588.146	\$ 135.353	\$ 368.783	\$ 221.021	\$ 475.990	\$ 316.929
16	\$ 359.804	\$ 842.231	\$ 752.922	\$ 1.169.810	\$ 1.367.875	\$ 1.908.286
19	\$ 1.009.607	\$ 1.025.298	\$ 928.747	\$ 737.171	\$ 1.342.949	\$ 859.605

Fuente: Elaboración propia

Nota: a. (#*) La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en la tabla 1. b. Cifras en miles de millones de pesos colombianos. c. (A). KTNO: Capital de trabajo neto operativo. (B). KTN: Capital de trabajo neto. (D). EBITDA: Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones). d. Las celdas marcadas de con N/D significan que el Sirem no cuenta con datos de ese año para dicha empresa. E. las celdas resaltadas en negro muestran un detrimento en las relaciones al año anterior.

Ahora bien, los indicadores de rentabilidad muestran que el 2013 fue un año desfavorable con respecto al 2014, pues en este último año la mayoría de las empresas lograron un alza con respecto al periodo anterior. Para el 2013, cuatro de las seis empresas analizadas tuvo un decrecimiento en su margen operacional, lo que puede estar ligado a que en ese periodo el gobierno implementó un nuevo arancel a la importación, principalmente de productos provenientes de China y Panamá (Superintendencia de Sociedades, 2013), lo cual pudo tener repercusión en el valor de la materia prima, por ende, encareció el producto y redujo el margen. Es de resaltar que la que mayor rentabilidad tuvo fue la industria número 19, una empresa pequeña que no fabrica, sólo se encarga de la distribución y comercialización de los uniformes.

Al igual que en las tablas anteriores, el año 2015 fue el que presentó los peores indicadores de los años estudiados, si se comparan con los años posteriores. Es posible que este decrecimiento se haya debido a que el sector textil se vio afectado por la depreciación del peso frente al dólar y la crisis petrolera, además del latente contrabando (*La República*, 2015). Este resultado, contrastándolo con los otros cuadros, demuestra que una entrada fuerte de mercancías de otros países no fue bien atendida por las industrias del sector; sin embargo, posterior a dicho año y afectadas por las variables ya mencionadas, la industria se estabilizó y mostró recuperación. Es de destacar que para el año 2016 la empresa #3 registró los peores indicadores de rentabilidad; en su mayoría presentaba números negativos, posteriormente se encontraron en los registros la inoperatividad de la empresa. Para el 2017 todas las empresas tuvieron datos positivos, incluyendo la empresa #13 que logró pasar a números positivos, aunque en un porcentaje muy pequeño. La relación de esto último indica que, mientras el sector se encontraba en crisis, las empresas de uniformes sobrepasaban la contingencia y continuaban fortaleciéndose, debido a la necesidad legal que el país presenta.

Tabla 6
Comparativo de indicadores rentabilidad

Comparativo de indicadores de rentabilidad												
#*	Margen bruto						Margen operacional					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	27,10 %	26,40 %	29,70 %	27,90 %	24,40 %	26,60 %	8,90 %	8,80 %	13,70 %	9,90 %	9,00 %	9,00 %
3	24,70 %	28,20 %	25,80 %	27,30 %	26,70 %	N/D	-0,20 %	3,70 %	4,00 %	3,00 %	-6,00 %	N/D
13	15,30 %	15,70 %	14,80 %	9,70 %	15,10 %	14,70 %	6,10 %	5,70 %	5,20 %	1,30 %	-0,10 %	0,10 %
14	19,80 %	15,80 %	17,00 %	15,70 %	21,40 %	19,60 %	4,10 %	0,00 %	2,00 %	0,10 %	1,40 %	-0,20 %
16	22,40 %	22,30 %	28,70 %	31,60 %	31,60 %	30,80 %	5,40 %	6,60 %	10,10 %	12,00 %	12,10 %	14,30 %
19	24,20 %	23,90 %	23,90 %	23,20 %	23,00 %	24,40 %	5,60 %	4,10 %	4,60 %	3,90 %	6,70 %	4,20 %
#*	Margen neto						ROI					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	2,20 %	3,40 %	6,80 %	5,20 %	4,20 %	4,40 %	41,50 %	8,00 %	15,50 %	9,70 %	9,00 %	8,70 %
3	0,70 %	1,00 %	2,70 %	2,00 %	-6,00 %	N/D	-813,80 %	6,70 %	8,50 %	0,50 %	-12,60 %	N/D
13	0,80 %	0,70 %	0,30 %	-0,90 %	-0,10 %	0,10 %	21,00 %	14,10 %	12,10 %	-1,60 %	-0,30 %	0,10 %
14	2,00 %	1,00 %	3,10 %	0,30 %	7,30 %	3,10 %	83,20 %	0,00 %	1,20 %	1,60 %	2,50 %	0,80 %
16	3,70 %	4,50 %	6,50 %	7,80 %	8,10 %	9,00 %	104,90 %	11,00 %	17,10 %	21,50 %	18,80 %	24,40 %
19	2,90 %	3,20 %	17,60 %	2,00 %	4,50 %	2,20 %	81,90 %	7,10 %	7,60 %	5,70 %	10,90 %	5,30 %
#*	ROA						ROE					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	3,80 %	4,70 %	11,80 %	7,80 %	8,80 %	9,70 %	9,10 %	9,60 %	20,70 %	14,10 %	18,30 %	17,10 %
3	2,80 %	1,90 %	5,70 %	4,10 %	-12,6 %	N/D	4,90 %	3,60 %	10,20 %	7,00 %	-23,40 %	N/D
13	2,70 %	2,50 %	1,50 %	-1,60 %	-0,30 %	0,10 %	9,50 %	8,60 %	6,30 %	-8,80 %	-1,80 %	1,30 %
14	3,30 %	1,20 %	3,00 %	1,60 %	2,50 %	0,80 %	4,90 %	1,60 %	4,00 %	2,20 %	2,90 %	0,90 %
16	8,80 %	11,70 %	16,90 %	21,50 %	18,80 %	24,30 %	22,30 %	28,20 %	34,30 %	45,20 %	32,20 %	35,50 %
19	8,80 %	8,60 %	31,70 %	5,70 %	10,90 %	5,30 %	13,10 %	14,00 %	53,00 %	8,40 %	16,00 %	7,50 %

Fuente: Elaboración propia

Nota: a. (#*) La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en el cuadro 1. b. Las celdas marcadas de con N/D significan que el Sirem no cuenta con datos de ese año para dicha empresa. c. Las siglas significan (1). ROI, Return on Investment (retorno de la inversión). (2). ROA, Return on Assets (rentabilidad económica). (3). ROE: Return on Equity (rentabilidad financiera).

3.1.5 Indicadores de endeudamiento

Estos sirven para determinar en qué grado y de qué forma participan en una empresa los acreedores, y para definir niveles de riesgo de endeudamiento y de cumplimiento a los acreedores.

El nivel de endeudamiento en la mayoría de las empresas, de acuerdo con este análisis, se mantiene estable durante los seis periodos de investigación. Las empresas que tuvieron cambios más significativos fueron las números 2 y 16, que fueron las que aplicaron mejores políticas de desarrollo para este aspecto. En cuanto a la concentración del <Pasivo>, la mitad de las empresas concentra todo ello en tiempos a corto plazo, lo que atenta contra la liquidez de ellas mismas debido a la posible iliquidez. La otra mitad de las empresas está haciendo un mejor manejo, ya que lo mantienen alrededor del 55 %, lo que les permite tener mayor solvencia y su endeudamiento es a largo plazo.

Tabla 7
Comparativo de indicadores endeudamiento

Comparativo de indicadores de endeudamiento						
Apalancamiento						
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	1,4	1	0,8	0,8	1,1	1
3	0,7	1	0,8	0,7	0,9	N/D
13	2,5	2,5	3,3	4,5	6	8,6
14	0,5	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1
16	1,5	1,4	1	1,1	0,7	0,5
19	0,5	0,6	0,7	0,5	0,5	0,4
Razón de endeudamiento						
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	57,70%	51,10%	43,00%	44,60%	51,80%	49,30%
3	42,60%	48,80%	43,60%	41,10%	46,30%	N/D
13	71,10%	71,30%	76,70%	81,90%	85,70%	89,50%
14	33,00%	24,70%	26,10%	27,20%	7,20%	10,80%
16	60,40%	58,70%	50,90%	52,50%	41,80%	31,70%
19	32,90%	38,50%	40,20%	32,50%	31,80%	29,20%
Concentración del pasivo						
#*	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2	0,63	0,53	0,55	0,55	0,57	0,53
3	0,76	1	1	1	1	N/D
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1
16	0,63	0,75	0,67	0,69	0,8	0,82
19	0,48	0,37	0,45	0,81	0,98	0,89

Fuente: Elaboración propia

Nota: a. (#*) La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en el cuadro 1. b. Las celdas marcadas de con N/D significan que el Sirem no cuenta con datos de ese año para dicha empresa. c. Los datos obtenidos para: (1). Apalancamiento, se hacen de acuerdo con el Pasivo total / patrimonio total. (2). Razón de endeudamiento se hacen de acuerdo con el Pasivo total / Activo total. (3). Concentración del pasivo se hace de acuerdo con el Pasivo corriente / Pasivo total.

3.2 Trabajo de campo

De acuerdo con lo enunciado en la metodología, se continúa con un proceso de entrevistas-encuestas y revisiones de sus páginas web. De allí, se establece que el 100 % de las empresas entrevistadas afirmaron que nacieron con la intención de fabricar uniformes o comercializarlos, es decir, sus negocios no comenzaron como fabricantes de otros tipos de productos y luego migraron. Desde el comienzo vieron una oportunidad en el mercado de la dotación industrial o médica y actualmente son empresas firmes que reportan crecimientos en ventas año tras año. También afirmaron que la instancia legal apoya la idea y la sostiene en el tiempo.

Otro aspecto en el que coincidieron todas las empresas entrevistadas fue el de tener personal dedicado a diseñar y mejorar sus productos. Aunque algunas por su tamaño no tienen un departamento o un equipo de diseño amplio, procuran contar por lo menos con una persona con los conocimientos necesarios en la revisión de patrones y tallajes adecuados dentro de la producción, con el fin de sobresalir mediante calidad, innovación y valor agregado. Añaden que les interesa, además, combinar lo anterior con un buen servicio posventa, en un contexto empresarial en el que es frecuente encontrar competencia ofreciendo productos con precios y calidad baja. El servicio posventa busca reorganizar los uniformes, adecuarlos o personalizarlos; así se diferencian de otras marcas extranjeras que no pueden competir en estos términos con las locales. Los competidores se apoyan al ofrecer sus dotaciones, que por ley no requieren durabilidad de más de cuatro meses en buenas condiciones. Por lo tanto, las empresas entrevistadas y revisadas frente a sus catálogos, páginas web o directorios modifican esta percepción y establecen otros requerimientos que rompen la estrategia económica (menor precio). Dicha variable para ellos es negativa y se convierte en una oportunidad de negocio, ya que les permite atender un segmento poco atendido por la mayoría de sus competidores, al dejar de ver los uniformes como un *commodity* sino como un producto que puede refinarse, de manera tal que su margen de ganancias mejora constantemente.

La posición de las empresas entrevistadas frente a la afectación que tiene sobre ellas el artículo 230 del Código Sustantivo del Trabajo está dividida; el 67 % afirmó que las afecta de manera positiva, ya que les permite prever con mayor claridad la demanda y mantenerse. Las empresas restantes expresaron que la afectación es negativa, ya que esto favorece la competencia por precio y le resta importancia a los uniformes que compiten con calidad, durabilidad, innovación, diseño etc.

En cuanto al tema normativo, todas las empresas afirman tener conocimientos de las normas que regulan los procesos, materias primas e insumos que intervienen en la fabricación de un uniforme, pero más del 60 % dice que las aplican únicamente cuando son un requerimiento de sus clientes, es decir, no están en la obligación de hacerlo si estos no se lo piden de manera directa. Esto permite ver que, aunque la normativa es amplia, su aplicación está sujeta a consideración del comprador. Lo anterior aplica solamente para el mercado colombiano, ya que las cosas cambian cuando el producto es para exportación, en cuyo caso el cumplimiento de normas es indispensable, así como lo son los sellos de calidad. Esto lo afirman la mayoría de las empresas entrevistadas que exportan sus productos.

En la búsqueda de información mediante las páginas web de las empresas se encontró que el 75 % posee páginas web, el 25 % restante no posee o las tienen en mantenimiento o en proceso de creación. Además, ninguna de las empresas ofrece

ventas directas por internet, todas poseen catálogos que permiten ver sus productos, pero para comprarlos es necesario establecer contacto vía telefónica, presencial o por correo electrónico. Al revisar las entrevistas, se percibe un temor de mostrar sus productos, sus precios y entrar en dinámicas que los afectan frente al diseño, por lo que prefieren abstenerse de realizar mercadeo de esa forma.

Sobre la localidad, dentro del Valle de Aburrá, el 75 % de las empresas están registradas en el municipio de Medellín, el 13 % en Envigado y el resto se las reparten en partes iguales municipios aledaños como Sabaneta, Itagüí y La Estrella. De dichas empresas, sólo el 21 % posee algún tipo de certificación de calidad, y el 13 % aprovecha esto para lograr ingresar a mercados en otros países tales como Panamá, Costa Rica, Ecuador, Canadá, Guatemala, Perú, Dubái, Chile y Estados Unidos.

Cuando se revisaron las variables de diseño, fabricación o comercialización, se encontró que el 79 % de las empresas se especializa en manufactura, el 17 % en diseño y producción y el 4 % únicamente en distribución. Esto va acorde con lo revelado por las empresas entrevistadas, las cuales dicen que el factor innovador y de diseño no es el común denominador en este contexto empresarial. Por otra parte, el 46 % de las empresas prefieren dedicarse a la venta de uniformes de uso industrial debido a la alta demanda nacional y extranjera. Tan solo un 4 % de dichas empresas se enfocan en los uniformes de uso médico, debido a las restricciones por normativa y complejidad de las necesidades del sector. Por otro lado, el 46 % restante son empresas mixtas, es decir, venden ambos tipos de uniformes; sin embargo, no se evidencia una clara especificidad de sus productos. En cuanto al tipo de prendas y las relaciones corporales que se presentan, el 15 % fabrican únicamente calzado, el 33 % sólo prendas de vestir y el 54 % restante son empresas mixtas, o sea que fabrican y venden tanto calzado como prendas de vestir.

Un hallazgo importante es que tanto la empresa 2 como la 13 (tabla 1), pertenecen al grupo de las 500 más grandes de Antioquia, según la Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo (Cámara de Comercio de Medellín, 2018), publicada anualmente por la Cámara de Comercio de Antioquia. En los escalafones publicados en dichos informes, ambas empresas tienden a mejorar; la empresa número 2 en el año 2012 estaba en el puesto 375, para el año 2013 en el 324 y para el 2015 en el 303. Por su parte, la empresa número 13 en año 2012 no apareció en la lista, en el 2013 apareció en el puesto 245 y para el 2015 alcanzó el 241. Es una clara tendencia creciente de dichas empresas.

4. DISCUSIÓN

Según lo evidenciado en las leyes colombianas frente al Código Sustantivo del Trabajo, se ve que la declaración establecida sólo especifica las características contractuales por las cuales un empleado se hace merecedor de este beneficio. Por otro lado, habla claramente acerca de la periodicidad con la cual se debe suministrar dicha dotación. En cuanto a las características del calzado o vestido, no se hace ninguna claridad, es decir, no se hace especial énfasis en las condiciones de funcionalidad, protección e identificación que son inherentes a las diferentes labores. La ley es muy abierta en este aspecto y deja a consideración del empleador la calidad y tipo de dotación que suministra a sus empleados. Este código debería

ser más específico en este aspecto o por lo menos remitir de manera directa a otras leyes o normas en las cuales estos aspectos sean aclarados. Las normas existen, pero el atraso en su aplicabilidad por ley hace que las empresas que compren las dotaciones no lo tengan estipulado. Allí hay un problema para los empleados que realmente necesitan protección y que el código no lo establece directamente.

Ahora bien, adicional a lo mencionado, las empresas que realizan este tipo de indumentaria requieren encontrarse con un panorama económico más estable para la realización de sus prendas; estatutos adecuados y proteccionistas en cuanto a aranceles, impuestos, contrabando, servicio asociado y presencia comercial son los puntos por revisar. La zona revisada (Valle de Aburrá) y las dinámicas del sector que se presenta en crisis (Herrera-Mora, 2019), manifiestan la problemática latente del producto de bajo costo y las posibilidades de rompimiento del mercado, donde es más importante tener servicios de alto valor agregado y factores innovadores desde la normativa y la calidad de los productos (Rojas-Alvarado, 2012).

Todo lo anterior arroja la pregunta sobre si se debería proteger la entrada de este tipo de productos al país, no sólo pensando en la avanzada comercial internacional, sino por la fuerza laboral actual y el déficit que existe frente a la exportación de este tipo de productos. En relación con lo anterior, se encuentra que las empresas entrevistadas coinciden en que es beneficioso para ellas la posibilidad de exportar y en que es una amenaza latente el hecho de que ingresen competidores de otros países, en especial China.

5. CONCLUSIONES

El Valle de Aburrá aporta actualmente el mayor volumen de ventas al sector textil-confección en Antioquia, y lo ayuda a posicionarse en el segundo puesto a escala nacional, únicamente por debajo de Bogotá (Superintendencia de Sociedades, 2013). Relacionando lo anterior con los resultados de la presente investigación, se puede decir que las empresas que se dedican al diseño, confección y comercialización (entre ellas las de uniformes industriales y de uso médico en el Valle de Aburrá) son actores activos y beneficiosos para Antioquia, y por ende para Colombia, ya que dentro del sector textil-confección la participación de la industria representa el 28,83 % a escala nacional, el segundo puesto después de Bogotá (Superintendencia de sociedades, 2015). Esto se evidencia en los logros que, en su mayoría y durante los años estudiados, mantienen una tendencia creciente en sus ventas, sin importar los factores que han generado altibajos en este sector de la economía. Este tipo de empresas no se declaran ellas mismas en crisis, ven estabilidad y crecimiento, lo que para el sector en general es contrario. Es oportuno resaltar que dichos éxitos en ventas fueron alcanzados por empresas, que, aunque para este estudio se enmarcaron en un mismo grupo, son bastante heterogéneas si se mira su tamaño, experiencia y tipos de productos que comercializan, lo que demuestra que el mercado de los uniformes de uso médico e industrial es terreno fértil desde diferentes posiciones y enfoques. Lo anterior no sólo se apoya en los resultados de los comparativos financieros, sino también en las entrevistas realizadas durante 2015, las cuales permitieron encontrar que las empresas que fueron partícipes dicen estar creciendo año tras año. Para una de ellas, se registró que esperan estar creciendo entre un 70 y 100 %.

Respecto de los demás indicadores financieros puede decirse que la mayoría de las empresas estudiadas se encuentran en un nivel saludable, teniendo en cuenta que el 2013 fue el año menos favorable y que el 2014 fue el más favorable, cuando la mayoría de las empresas en cuestión lograron mejorar sus indicadores. La actividad financiera y su liquidez, demuestran también un incremento, que, aunque no es representativo, establece una dinámica de estabilidad o favorabilidad para ciertos casos, lo que muestra que el sector productivo tuvo resiliencia ante la crisis presentada. Luego se pudo evidenciar una tendencia decreciente para el 2015 en la mayoría de las empresas, y para el periodo 2016 - 2017 una lenta tendencia creciente. Tanto la rentabilidad como el apalancamiento, por ejemplo, establecen un nivel de endeudamiento con tendencia a la reducción, lo cual posibilita una mejora futura para las empresas que lo logran y determina una capacidad de producción estable. Las rentabilidades y sus cifras se muestran en general estables, casuísticas que posibilitan la continuidad y niveles de producción del sector estudiado.

Aunque lo anterior demuestra que las empresas estudiadas son en su mayoría prósperas, puede decirse que en temas de nuevos canales de venta están estancadas, ya que solo utilizan canales tradicionales de ventas; esto también se ve en las cifras relacionadas en sus estados financieros. Al revisar el estudio, se presenta que ninguna de las 24 empresas está utilizando canales electrónicos o *e-commerce* como medio de ventas, lo que puede considerarse un retraso ya que las ventas en línea están totalmente desaprovechadas, más aún si se considera que todas las empresas tienen amplio bagaje (los rangos de edad van desde los 9 hasta los 63 años). Aunque lo anterior demuestra un retraso en cuanto a las tendencias comerciales a escala mundial, se les puede dar un enfoque positivo, ya que hay una serie de empresas que se mantienen estables sin necesitar las ventas en línea, lo que permite suponer que si en algún momento adoptaran esta modalidad lo único que lograrían sería generar beneficios y mantener la tendencia creciente que actualmente poseen.

Cuando se comenzó esta investigación era alto el nivel de incertidumbre acerca del rumbo que se debía tomar, al igual que los resultados que podrían hallarse, ya que era evidente la escasa o inexistente información acerca de empresas dedicadas al diseño, confección y comercialización de uniformes industriales y de uso médico, tanto en el Valle de Aburrá sino también a escala nacional. Para una investigación, este aspecto, que no sólo afecta a este tipo de empresas, permitiría información detallada acerca de subgrupos que pertenezcan al sector industrial de productos en Colombia. Por el momento, esto es mínimo y superficial.

El comparativo que se realizó, aparte de brindar información detallada de este tipo de empresas durante los últimos años, sienta un precedente y aporta un método que puede servir de rumbo a otras personas que deseen ahondar en el conocimiento de las dinámicas comerciales, financieras y productivas de diferentes tipos de empresas que se encuentren poco estudiadas y pertenezcan a cualquier sector económico.

REFERENCIAS

- Calefato, P. (2007). Semiótica del uniforme. *Revista Exit; Imagen y Cultura*, 27, pp. 22-29.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2018). Biblioteca virtual. Estudios económicos. *Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo (RAED)*.
- Carmona, R.J. & Gil-Quintero, J.D. (2008). Competitividad y retos de la productividad del clúster textil-confección, diseño y moda en Antioquia. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16 (20), pp. 247-263.

- Castaño Ríos, E., & Arias Pérez, J. (2013). Análisis financiero integral de empresas colombianas 2009-2010: perspectivas de competitividad regional. *Entramado*, 9 (1), pp. 84-100.
- Fernández, C. (2003). *De vestidos y cuerpos*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Gómez-Rivera, L. (2015). Diferencias en la evolución de la productividad regional en la industria colombiana: un análisis sectorial a partir de fronteras estocásticas de producción *time varying*: 1992-2010. *Revista Desarrollo y Sociedad*, (75), pp. 101-152. <https://doi.org/10.13043/dys.75.3>.
- González, M.C. (2018). Textil y confección son el 2,5 % del PIB de Antioquia. *Portafolio*, 24, enero 2018, 5.
- Grupo GIA. (2016). Grupogía. Obtenido de <http://grupogia.com/>
- Horngrén, C.T., Sundem, G.L., & Elliott, J.A. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. Pearson Educación.
- Herrera-Mora, C. (2019). La moda está en riesgo. *Portafolio*, 24, 6138, 30.
- Icontec. (19 de noviembre de 1986). NTC 2219 - Higiene y seguridad. Guantes aislantes de la electricidad. Colombia.
- Icontec. (17 de junio de 1987). NTC 2257 - Higiene y seguridad. Puntera protectora y entresuela para calzado de seguridad. Colombia.
- Icontec. (5 de diciembre de 1990). NTC 947 - Higiene y seguridad. Protectores dieléctricos para calzado. Especificaciones. Colombia.
- Icontec. (5 de diciembre de 1990). NTC 2830 - Higiene y seguridad. Protectores de calzado. determinación de la resistencia dieléctrica. Colombia.
- Icontec. (20 de noviembre de 1991). NTC 3252 - Higiene y seguridad. Ropa de protección contra el fuego y contra el calor. Recomendaciones generales. Colombia.
- Icontec. (22 de octubre de 1997). NTC 1956 - Guantes quirúrgicos de caucho. Especificaciones. Colombia.
- Icontec. (24 de noviembre de 1999). NTC 1726 - Caucho. Guantes de caucho para uso industrial. Colombia.
- Icontec. (19 de junio de 2002). NTC 5049 - Overoles industriales de propósito general. Colombia.
- Icontec. (29 de octubre de 2008). NTC 5625 - Campos quirúrgicos, batas y trajes para aire limpio de utilización quirúrgica como dispositivos médicos, para pacientes, personal clínico y equipos. Parte 3: requisitos y niveles de funcionamiento. Colombia.
- Icontec. (24 de 09 de 2009). NTC 5623 - Campos quirúrgicos, batas y trajes para aire limpio de utilización quirúrgica como dispositivos médicos, para pacientes, personal clínico y equipos. Parte 1: requisitos generales para los fabricantes, procesadores y productos. Colombia.
- Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia. (2013). INCP. Recuperado de <http://incp.org.co/Site/2013/agenda/6.IF.pdf>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (5 de septiembre de 2013). Mincit. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones.php?id=2761>.
- Ministerio del trabajo. (26 de mayo de 2015). Min-trabajo. Recuperado de <http://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/decreto-unico-reglamentario-trabajo.html>.
- Nova, A. B. (2008). *Finanzas para no financistas*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Registro Único Empresarial y Social. (Febrero de 2016). RUES. Recuperado de http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas/Consultasext?
- Rojas-Alvarado, R., & Fernández de Soto, J. (2012). Estudio de cooperación entre Colombia y Corea del Sur en el sector textil-confecciones. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 12(22). Recuperado el 12 de noviembre de 2018 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1002/100224190009>.
- Secretaría General del Senado. (6 de mayo de 2016). Código Sustantivo del Trabajo. Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html
- Superintendencia de Sociedades. (2013). Supersociedades. Recuperado de <http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>
- Superintendencia de sociedades. (2015). Recuperado de <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE1-%20Sector%20Textil-%202015%20VIII%202014.pdf>.
- Superintendencia de sociedades. (s.f). Sirem. Recuperado de http://sirem.supersociedades.gov.co:9080/Sirem2/Datos/Indicadores_Financieros.pdf
- Valles, M. (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS.

Simón Vásquez Vélez es Diseñador Industrial por la Universidad San Buenaventura y Magíster en Administración de Empresas por la Universidad Pontificia Bolivariana. Es coordinador de proyectos para el Grupo Éxito desde hace más de 5 años y actual investigador del Grupo de Investigación Diseño de Vestuario y Textiles en su línea económico-productiva.

Fausto A. Zuleta Montoya es Diseñador Industrial y Especialista en Diseño Estratégico por la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB). Tiene una Maestría en Ingeniería de Diseño de Producto por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) y es Doctor en Bioingeniería por la Universidad Miguel Hernández (UMH). Actualmente es docente, investigador y coordinador del Grupo de Investigación Diseño de Vestuario y Textiles de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la UPB.