Modaes

Back Stage

M. Lucía Castrillón (Propaís): “La moda es el generador de empleo más importante de Colombia”

La gerente de la entidad brinda un panorama sobre la economía en Colombia, a puertas de las elecciones presidenciales

María Cantini
1 mar 2018 - 00:00

M. Lucía Castrillón (Propaís): “La moda es el generador de empleo más importante de

María Lucía Castrillón es la gerente general de Propaís, entidad de carácter mixto que busca fomentar alianzas entre el Gobierno y compañías privadas, con el fin de potenciar el sistema empresarial colombiano, mediante la creación de políticas y programas de desarrollo. La ejecutiva hace un análisis de la industria, ante la expectativa que genera el año electoral.

Preguntas: ¿Cómo definiría la situación actual de la economía de Colombia?

Respuesta: En general, ha afrontado distintas crisis debido a la caída de los precios del petróleo, pero las medidas macroeconómicas han ayudado a ver que la afectación de las empresas no fuera peor y para este año se el panorama se visualiza más tranquilo y optimista. Actualmente, la confianza tanto de empresas como de turistas ha aumentado debido al proceso de paz, lo que ha generado una nueva entrada de recursos que ha impulsado diversos sectores.

P.: ¿Qué debilidades estructurales enfrenta todavía la economía colombiana?

Modaes

R.: La logística interna. Colombia es un país muy grande y con una geografía particular y aún tiene deficiencias en vías de transporte, lo que genera que las entregas de mercancías entre compradores y proveedores puedan retrasar los procesos y aumentar los costos.

P.: ¿Y cuáles son sus fortalezas?

R.: El turismo ha ayudado mucho a impulsar la economía del país. La percepción de seguridad ha transformado la imagen que se ha tenido desde hace años. La llegada de visitantes en el último año generó un impulso en sectores como el hotelero, el gastronómico y el del comercio. En el campo textil, sin duda la herencia y la tradición de muchas empresas han ayudado a conquistar a los turistas quienes buscan productos locales.

“Las empresas están necesitando más tecnología, asistencia técnica y capital de trabajo”

P.: ¿Cuáles son los tres grandes problemas de gestión a los que se enfrenta la empresa de moda?

R.: Para los pequeños y medianos empresarios, la capacidad de producción puede ser una de las carencias; un segundo problema, y del cual nos hemos percatado en ruedas de negocios, es que muchas veces presentan una propuesta y después la ejecutan diferente. Un último aspecto es que falta un conocimiento e información constante de la industria y sus novedades. Las empresas están necesitando más tecnología, asistencia técnica y capital de trabajo.

P.: ¿Cuáles son las grandes oportunidades que tiene el sector de la moda en el país?

R.: Cada vez se abren nuevas puertas y la exposición a mercados internacionales es constante gracias a los esfuerzos de varias entidades gubernamentales. Muchas compañías locales ya han dado el salto al extranjero contribuyendo al posicionamiento de la moda colombiana como referente en Latinoamérica. Este reconocimiento es la mejor herramienta para seguir creciendo tanto en Colombia como en el extranjero.

P.: ¿Qué estrategias están llevando a cabo para impulsar el desarrollo de empresas de moda?

Modaes

R.: El sector de la moda es el generador de empleo más importante de Colombia. Desde Propaís, trabajamos por impulsar, capacitar y fortalecer a los empresarios locales, así que siempre se programan ruedas de negocios para ampliar la red contactos y las oportunidades de crecimiento.

“Aunque en comparación con Europa, el ritmo de crecimiento de *starts ups* ha sido más lento el país seguirá y continuará con el posicionamiento como eje de la moda en Latinoamérica”

P.: En Europa ha surgido un *boom* de *starts ups* de moda, ¿sucede también en Colombia?

R.: En Colombia muchos diseñadores y empresas han iniciado su trayectoria a través de este modelo. Aunque en comparación con Europa el ritmo de crecimiento de *starts ups* ha sido más lento, el país seguirá y continuará con el posicionamiento como eje de la moda en Latinoamérica desde todos los flancos y seguro que muchos recurrirán a este modelo para el posicionamiento de marcas.

P.: Tras el impulso de Vivimos Pacíficamente, ¿buscan apoyar más empresas de moda en Colombia?

R.: Claro que sí. Desde Propaís buscamos desarrollar más programas para impulsar a los pequeños empresarios del sector mediante programas de capacitación en diferentes campos para seguir potenciando la industria y seguir construyendo un sistema de moda fuerte. Con Vivimos Pacíficamente hemos puesto en marcha una cooperativa, logramos tener pasarela en la edición pasada de Colombiamoda y hemos logrado la comercialización de sus productos.

P.: En su mayoría, ¿cómo están estructuradas las empresas de moda en el país? ¿Predominan las pequeñas y medianas empresa? ¿Las grandes? ¿La estructura familiar?

R.: Hay de todo, pero las empresas unifamiliares son el nicho más fuerte. Muchas de las compañías de textiles y de confecciones ya van en la tercera generación y hay desde grandes grupos, como Arturo Calle, hasta las miles de microempresas en todo el país, que son proveedores tanto de compañías locales como internacionales.

“La inyección de capital externo es sin duda alguna de vital importancia y necesaria”

Modaes

P.: Hasta ahora, las empresas de moda se han financiado orgánicamente. ¿Se necesita más inyección de capital externo?

R.: La inyección de capital externo es sin duda alguna de vital importancia y necesaria. Las metas cambian constantemente y los recursos siempre quedan insuficientes.

P.: ¿Los cambios de Gobierno generan un freno en la expansión de las empresas colombianas?

R.: Los gobiernos están enfocados a fortalecer la economía del país. Indudablemente algunas políticas cambiarán y muchas empresas tendrán que ajustar algún aspecto o tener un plan de contingencia para evitar algún traspies.

P.: ¿Qué cambios puede haber el próximo año con la llegada de un nuevo presidente?

R.: Aún son inciertos porque la baraja presidencial tiene muchos candidatos con posibilidad de ganar, así que los cambios serán inevitables. Por eso la expectativa es muy grande porque cada uno tiene políticas y visiones diferentes. Así que los posibles cambios no los sabremos hasta después de las elecciones, en mayo próximo.