



XXII Versión / Agosto 3 al 6
2010



Primavera - Verano 2011

ifls@ifls.com.co / www.ifls.com.co / Bogotá - Colombia

CALZADO
FOOTWEAR

MARROQUINERÍA
LEATHER GOODS

MODA
FASHION

PRENDAS DE VESTIR
LEATHER APPAREL

Nota Diario El Otún - Pereira

Jueves 5 de agosto de 2010

MODA-IN

El cuero se tomó las pasarelas. El argentino Héctor Neer, creador de la marca Peter Kent, invitado de honor de la XXII Versión del International Footwear and Leather Show, IFLS de Acicam, abrió la primera noche de pasarelas.

Neer, dueño de la prestigiosa marca de accesorios y ropa de cuero Peter Kent, lleva 38 años diseñando para una mujer activa, dinámica, actualizada y distinguida. Una mujer joven en su actitud, pero inteligente y madura en la búsqueda de su desarrollo personal. Una mujer que entiende que la moda es sólo una interesante sugerencia, que siempre es necesario examinar y saber interpretarla sobre una misma. Una mujer que entiende que "menos es más".

Continuando el show, la bogotana Julieth Estrada, diseñadora de marroquinería, zapatos y accesorios, encantó con su colección Fiori de Primavera, inspirada en la tendencia militar y floral para la mujer contemporánea. Utilizó materiales mate como cueros nobuk y grasos principalmente, no utiliza herrajes porque todo está desarrollado con el mismo cuero.



La reconocida cartagenera Gabi Arenas, presentó su colección inspirada en la película "Gilda", con su encanto estético de la época de glamour y elegancia. La diseñadora combinó todo con su magia caribeña. Mostró sus accesorios de tamaños grandes y algunos intermedios, incluyendo bolsos de tamaño pequeño para ocasiones especiales, que pueden ser formales e informales a la vez. Los colores protagonistas: el blanco y negro, contrastado con los del trópico.

Para el gran cierre, la bogotana Deisy Santafé, presentó su colección Expedición Botánica, inspirada en la importancia de la naturaleza, sus colores y texturas. Los colores principales fueron el café como base, contrastado con florales como amarillo, morado y rojo.

Toda una sensación las cremalleras en oro viejo y los botones elaborados a mano con aplicaciones de flores. La mayoría de la colección tiene perforaciones a mano con el mismo cuero.

Nota Vanguardia Liberal - Bucaramanga
Mipymes familiares deben formalizar relaciones para ser competitivas
Jueves, 05 de Agosto de 2010
Diana C. León Durán / dleon@vanguardia.com

La falta de formalización en las relaciones de los miembros que trabajan en mipymes familiares en el mundo es escalofriante.

De cada 100 empresas familiares que se fundan en el mundo apenas 30 logran llegar a ser manejadas por la segunda generación de sus fundadores, es decir, hay 70 empresas que se mueren en el intervalo. Para el economista y consultor, José Vargas Caicedo, hay herramientas novedosas en el mercado que las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas están aprendiendo a utilizar, como el protocolo, que ayuda a disminuir la mortalidad de este tipo de empresas, especialmente en las dedicadas al sector de calzado, cuero y marroquinería.

La herramienta conjuga acuerdos entre familiares que dirigen una misma empresa en 10 puntos básicos, para que se elimine cualquier error en la toma de decisiones cruciales que puedan llevar a la quiebra del negocio.

“El protocolo es básico porque independientemente de que la empresa sea pequeña o grande, tienen que tener claras las reglas del juego en el patrimonio familiar y empresarial. A veces las personas piensan que un protocolo es una formalidad excesiva para una empresa o un negocio muy pequeño, hasta en los pequeños negocios hay conflictos y hay que tener directrices claras para la perdurabilidad del negocio”, aseguró el consultor, quien además es investigador dedicado al sector de empresas familiares.

Entre los acuerdos principales que se aplican con la herramienta están la creación del organigrama, objetivos claros (misión y visión), la formalización de contratos laborales (así se dé entre padres e hijos), planificar el relevo generacional y definir la reinversión de utilidades y reporte de dividendos. "Algunas empresas funcionan como cajeros y no se planea estratégicamente cuánto y en qué se va a invertir", añadió Vargas Caicedo.

El último reporte de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, CCB de acuerdo al análisis de vida de las empresas, señala que el periodo de vida de los negocios en la región es corto, pues solamente el 19% de los negocios inscritos fueron constituidos en el siglo anterior.

El tema fue discutido por empresarios durante el Internacional Footwear and Leather Show, Ifls, que se realiza en Bogotá y en el que participan 122 empresarios de Santander.

Ejemplo para empresas santandereanas

La diseñadora bogota Julieth Estrada es un ejemplo exitoso de relevo generacional, ella continuará el legado de la empresa familiar de calzado que fundaron sus padres hace 25 años en la capital del país.

"A partir del aporte que yo hice en la empresa pudimos crecer bastante durante los últimos tres años particularmente. Uno de los elementos importantes para que esto se mantenga es la diferenciación de productos", aseguró la empresaria y diseñadora.

El 80% de la producción de la empresa que ella maneja junto a sus padres se concentraba en Venezuela. Sin embargo, han visto un crecimiento importante a países centroamericanos y Ecuador.

Nota El Tiempo – Nacional

El colombiano promedio compra 2,2 pares de zapatos cada año



En el último mes, los que más destinaron parte de sus gastos a calzado fueron los pastusos.

De los 161,97 billones de pesos que los colombianos consumieron en todo tipo de mercancía entre enero y junio, 1,34 billones los destinaron a comprar zapatos.

Según el estudio del Observatorio del Calzado Raddar-Acicam, de eso los hombres, que tienen el 59 por ciento del mercado (no por pares de zapatos sino por la plata destinada a esta clase de artículos), se gastaron 790.896 millones de pesos. En promedio vale más un par de zapatos para hombre que para mujer.

Ellas, que compran más pero cada par les vale menos, tienen el 29 por ciento del mercado y destinaron 388.644 millones de pesos, mientras para los niños, que tienen el 14 por ciento, se destinaron 187.621 millones.

Por ciudades, los que más plata destinaron a la compra de zapatos en el último mes fueron los pastusos que, en sólo junio, en promedio, gastaron 19.639 pesos en la compra de zapatos, muy por encima, del promedio nacional, 4.937 pesos.

A ellos les siguieron los manizaleños con un promedio de 15.975 pesos, los de Medellín con 13.589, luego los de Neiva con 12.352 pesos y los de Montería con 12.338 pesos.

Pero en pares de zapatos el asunto es a otro precio. Un colombiano consume en promedio 2,2 pares de zapatos al año, que para el presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (Acicam), Luis Gustavo Flórez, es bajo en comparación con países como Estados Unidos o algunos de Europa, en donde una persona puede comprar en promedio cuatro veces más.

Incluso, en comparación con países de la región, como Argentina, Chile o Uruguay también es bajo porque en esos el consumo podría ser del doble, aunque en esas naciones hay estaciones, lo que indiscutiblemente obliga a las personas a usar diferente tipo de calzado para cada época.

Estas son algunas de las características con las que arrancarán hoy dos ferias en Bogotá: una, la Feria Internacional del Cuero y el Calzado, que reunirá en Corferias a unos 400 expositores, y la segunda es Expoleather III que reunirá a 300 expositores en la Plaza de los Artesanos.

¿Qué pasó en junio?

En sólo junio, y según el estudio, el mercado de calzado representó 222.266 millones de pesos frente a un consumo de todo tipo de artículos de 27,37

billones de pesos, mientras un mes antes, es decir en mayo, representaba 220.676 millones de pesos.

Los colombianos que menos dinero destinaron a zapatos en junio fueron los que viven en Cartagena, quienes gastaron 5.341 pesos en la adquisición de este artículo.

También están los bumangueses con 6.286 pesos y los bogotanos con 6.780.

El consumo va en aumento, pero los precios bajan

El análisis del Observatorio del Calzado de Raddar-Acicam dice que el consumo de zapatos ha ido aumentando a lo largo del año, pero al mismo tiempo los precios han caído y en junio ya habían perdido 2,11 por ciento, mientras que hace un año crecían en 1,92 por ciento.

Juan Diego Becerra, director del Observatorio, explica que la reducción en los precios obedece a dos circunstancias: las promociones en el mercado y la competencia.

"La competencia, originada por las importaciones, especialmente desde China, ha hecho que los precios bajen. Y es probable que las promociones se mantengan, lo que tarde o temprano terminará afectando radicalmente al mercado", explicó Becerra.

La opinión de quienes viven el día a día del negocio y que desde hoy estarán en dos ferias: la Internacional del Cuero y Calzado en Corferias y Expoleather III en la plaza de los Artesanos, coincide con la del analista.

Alexánder Pino, organizador de Expoleather y empresario del calzado, señala que efectivamente ha habido un aumento en las ventas este año. "La demanda se ha disparado; si bien las exportaciones caen a Venezuela, hemos logrado vender más en el mercado interno y por eso estamos optimistas. En esta feria, que coincide con la Feria Internacional, esperamos hacer entre 15.000 y 20.000 negociaciones", dijo Pino.

Para el presidente de Acicam, Luis Gustavo Flórez, si bien las ventas finales de zapatos no crecen, por lo menos ya dejaron de caer y esa es muy buena señal.

Pero aclara que las ventas industriales, es decir, las que les hacen los productores a los comerciantes, sí caen y lo hacen en 2,1 por ciento, esto porque todavía hay inventarios.

Compra de bolsos, correas y billeteras aumenta

El mercado de billeteras, bolsos y correas es más pequeño que el de zapatos. Entre enero y junio de este año, las compras de dichos artículos sumaron 124.592 millones de pesos, de los 161,97 billones que registró el consumo de

todos los bienes, según el estudio del Observatorio de la Moda Raddar-Inexmoda.

En 12 meses este mercado sumó 252.155 millones de pesos. En sólo junio en cambio, este mercado representó 20.749 millones de pesos.

Los precios de estos artículos también han caído, con relación a un año atrás.

La variación, según el estudio de Raddar, alcanza -1,36 por ciento. En el 2009 los precios de los bolsos, correas y billeteras, había registrado un aumento de 1,12 por ciento.

Y de las 13 principales ciudades, en el último mes la que más consume los productos de marroquinería es Manizales con una participación del 0,22 por ciento, seguida por Pereira, que participa con el 0,18 por ciento y la tercera que más consumió este tipo de productos fue Pasto con 0,139 por ciento. En el sexto mes del año, es también Manizales la ciudad que lidera en consumo de bolsos, billeteras y correas, pues un manizaleño destina en promedio 3.331 pesos de todos sus gastos a esos bienes, mientras el promedio nacional destina 461 pesos a esas compras.

Pasarelas para la moda en cuero

Desde hoy y hasta el próximo viernes en Corferias más de 100 expositores harán parte de la IV Exhibición Internacional de Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología, que organiza Acicam.

En las pasarelas de esta feria, cuyo evento inaugural estará a cargo de Héctor Neer (Argentina), de la marca Peter Kent, se exhibirán las últimas tendencias de moda en cuero.

En zapatos:

Los diseños con puntas redondas y almendradas.

Plataformas y tacones cónicos.

Botas de caña alta no muy ajustadas o botines de tacón bajito.

Las sandalias sencillas, monocromáticas y modernas.

Botines de amarrar para hombre, muy militares.

En carteras:

bolsos pequeños y medianos, de un solo color, con asa o para llevar en la mano.

Bolsos masculinos estilo mola.

En ropa y accesorios:

chalecos de cuero, estilo granjero y militar.

Chaquetas con hombreras y marcadas en la cintura.
Imágenes trippy (formas repetidas que representan la naturaleza).
Piel de pescado con proceso de fileteado, reutiliza los desechos, sin procesos nocivos de teñido.
Los herrajes tendrán superficies metálicas envejecidas.
El tema ecológico, los colores tierra y verdes serán los predilectos.

REDACCIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

El Nuevo Día – Ibagué

Ellos gastan más en zapatos que las mujeres

No faltan los hombres que critican a las mujeres -y que cantaletean a sus esposas- por andar comprando zapatos para cada pinta que se van a poner. Pero resulta que en este gasto o inversión -como quieran llamarlo- ellas gastan menos que los hombres. Prácticamente la mitad.

Mejor dicho, las mujeres compran más zapatos que los hombres, pero ellos gastan más dinero, casi el doble, en esas compras, según el análisis del Observatorio del Calzado de Raddar-Acicam.

Las cifras explican esta situación. De los 161,97 billones de pesos que los colombianos consumieron en toda clase de artículos en los seis primeros meses de este año, 1,34 billones los destinaron a comprar zapatos.

De ese monto, los hombres, que tienen el 59 por ciento del mercado (no por pares de zapatos sino por la plata destinada a esta clase de artículos), se gastaron 790.896 millones de pesos.

En cambio, ellas, que tienen el 29 por ciento del mercado, destinaron 388.644 millones de pesos.

La gran diferencia se explica por una circunstancia especial y es que en promedio vale más un par de zapatos para hombre que para mujer.

Otra porción del mercado, 14 por ciento, corresponde a calzado para niños, para quienes se destinaron 187.621 millones de pesos.

El estudio también analiza el consumo por ciudades. Así, los que más plata destinaron a la compra de zapatos en el último mes fueron los pastusos, quienes en junio, de todo lo que consumieron, 19.639 pesos en promedio se fueron para adquirir zapatos, muy por encima del promedio nacional en ese mes que fue 4.937 pesos.

A ellos les siguieron los manizaleños con un promedio de 15.975 pesos, los de Medellín con 13.589, luego los de Neiva con 12.352 pesos y los de Montería con 12.338 pesos.

Pero en pares de zapatos el asunto es a otro precio. Un colombiano consume en promedio 2,2 pares al año, que para el presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (Acicam), Luis Gustavo Flórez, es bajo en comparación con países como Estados Unidos o algunos de Europa, donde una persona puede comprar en promedio cuatro veces más.

Incluso, en comparación con países de la región como Argentina, Chile o Uruguay, también es bajo porque allí el consumo podría ser del doble, debido a las estaciones, lo cual obliga a las personas a usar diferente tipo de calzado.

Estas son algunas de las características del mercado, que sirven de fondo a dos ferias que arrancan hoy en Bogotá. Una, la Feria Internacional del Cuero y el Calzado, en Corferias, con unos 400 expositores; y la segunda es Expoleather III que reunirá a 300 expositores en la Plaza de los Artesanos.

Sin duda, uno de los sectores que se ha visto afectado por la crisis con Venezuela es justamente el de cuero y calzado.

Según los datos de Acicam, las exportaciones de calzado a ese país cayeron en un 91 por ciento, mientras que a todo el mundo estas aumentaron en 39 por ciento.

Los comerciantes y productores debieron poner sus ojos en otros mercados.

Nota de Vanguardia .com - Bucaramanga

El mercado nacional parece ser el único seguro y confiable que por el momento tienen los industriales del cuero, calzado y marroquinería, aseguró la directora de la junta directiva de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas, Acicam, Leslie Stipek Álvarez, durante la apertura de la 22º International Footwear and Leather Show. De acuerdo con la directora el sector atraviesa una coyuntura de poco conocimiento sobre mercados potenciales para los industriales como Centroamérica, Perú y Chile, además de que al interior del país persiste la tendencia de revaluación del peso.



Según la directiva, la apuesta del sector consiste en la defensa del mercado interno, el comercio electrónico, la clusterización del sector y la formalización de las mipymes, ya que es uno de los más importantes para la generación de empleo en el país.

Sin embargo, dentro del informe entregado por la agremiación se destaca el incremento de las exportaciones de marroquinería durante los cinco primeros meses del año, en relación al mismo periodo del año pasado hacia Estados Unidos (30%), y las mayores ventas hacia Perú (290%), Chile (35%), y a Ecuador (45%) impulsadas por la normalización de las relaciones comerciales.

Pese a la estrategia de diversificación de mercados Stipek Álvarez destacó que el mercado venezolano no será fácil de reemplazar, ya que en el vecino país se concentraba, hasta el año pasado, el 70% de las exportaciones del sector y hasta el momento la cifra sólo representa el 10%.

Para los expertos del sector, el mercado nacional tampoco será tan fácil de incentivar ya que durante los últimos años las importaciones de calzado han sobrepasado en gran medida la producción industrial, además de la entrada ilegal de calzado, por lo que los retos del sector estarán enfocados a la profesionalización de la mano de obra del sector y la apuesta por productos con gran potencial en diseño y confort.

La agremiación afirma que urge examinar posibles Tratados de Libre Comercio, TLC con países como Nueva Zelanda, Australia y Japón, igualmente repotencializar el intercambio con Chile, México y países centroamericanos.

Hasta el próximo viernes 6 de agosto se concentrará la industria en la versión número 22 del International Footwear and Leather Show, que reúne a 410 expositores nacional, y más de 20 empresas mexicanas y brasileñas como invitadas especiales.

Apoyo en la frontera

En la apertura del evento la presidenta de Proexport Nubia Stella Martínez Rueda, afirmó que continuarán las medidas reactivas en apoyo con el Gobierno Nacional para incentivar el mercado fronterizo en Cúcuta, donde se desarrollará próximamente la Macro rueda de Negocios, a la que se han inscrito 300 empresarios.

Para apalancar la financiación en la frontera BANCÓLDEX anunció durante la feria la puesta de \$400 mil millones en créditos flexibles.

De igual forma el Gobierno Nacional estudia la posibilidad de aplicar exenciones de IVA para los insumos de calzado y marroquinería. "Los empresarios que tengan que traer los insumos de Bogotá, el Valle del Cauca y de Bucaramanga no pueden descontar el IVA y en consecuencia se encarecerían más los

productos", explicó el presidente ejecutivo de Acicam Luis Gustavo Flórez Enciso.

Nota La Republica.com.co

"El impacto económico en la frontera puede ser muy negativo": Martínez



Bogotá. Más de 142 compradores de la zona de la frontera y 300 vendedores de todas las ciudades del país se darán cita este jueves y viernes en Cúcuta para hacer parte de una macro rueda de negocios, denominada "Frontera Productiva".

De esta manera, el Gobierno Nacional inicia un plan de choque para ayudar a que la economía de esa zona del país se mantenga, pese al cierre total de las relaciones comerciales con Venezuela.

En entrevista con LA REPUBLICA, Nubia Stella Martínez, presidenta de Proexport, entidad encargada de organizar el encuentro empresarial, señala que con esta iniciativa buscan mantener vigente la producción y las ventas en esa región, por lo que las expectativas en cuanto a resultados son altas, aunque no hay una cifra definida. La directiva dice, además, que una respuesta reactiva de este tipo es la única manera de enfrentar un tema coyuntural como el que atraviesan las ciudades fronterizas en la actualidad.

¿Qué busca Proexport con la realización de esta macrorrueda en Cúcuta?

Los mercados más importantes de Colombia son sus vecinos y para nuestros empresarios esos son mercados fáciles y trascendentales. Ellos vendían allá, lo hacían muy bien y esas ventas tenían mucho que ver en sus resultados financieros. Así mismo funciona Cúcuta. La frontera vive del negocio del otro, entonces al cerrarse nuestra relación con Venezuela, suceden dos cosas: los exportadores se quedan sin un mercado importante que era fácil y los empresarios de toda la zona fronteriza se quedan sin lo que se vende a Venezuela, así no sea una gran producción.

¿Qué acciones propone Proexport para hacer frente a la situación de frontera?

Teníamos que salir con una respuesta inmediata y reactiva. Puede que no sea lo mejor, pero la oportunidad tiene un efecto considerable en los negocios y por eso proponemos varias acciones. Lo primero, la diversificación de mercados para los exportadores, que en eso ya hemos logrado colocar unas exportaciones fundamentalmente en los mercados de El Caribe y Centroamérica y un poco a Perú. Segundo, con los exportadores vemos que es muy importante el sector calzado, entonces traemos 82 compradores a la rueda de negocios de Acicam a Corferias que se realiza esta semana, y vamos a traer, además de los empresarios de Cúcuta y Bucaramanga que ya estaban inscritos, 30 empresarios más para que asistan a la rueda de negocios con los compradores internacionales.

Tercero, tenemos una rueda de negocios internacional el 23 y 24 de agosto, donde traemos 30 empresarios solamente para el tema de frontera y adicionalmente, vamos a hacer una rueda nacional. En este momento nuestras oficinas regionales en Cúcuta, Bucaramanga y Barranquilla están consolidando qué era lo que se vendía a Venezuela y esa es la gente que va a asistir.

Adicional a esto vamos a tener un apoyo financiero que va a manejar Bancóldex, en la que se asignarán recursos por 100 mil millones de pesos y que contará con la participación de bancos y compañías de financiamiento, entre otros, para incentivar el otorgamiento de créditos en la región. Y finalmente, se realizará una rueda de turismo el 6 de agosto, liderada por el Viceministro de Turismo y va montado en venta de paquetes con Anato y Cotelco y a montar un viaje de familiarización para que se pueda vender la región.

¿Cómo está coordinando Proexport la realización de estas acciones?

Hemos mirado y vemos que los empresarios que van a participar sí tienen cómo cumplir, porque en parte el éxito de las ruedas de negocios es que se garantiza el match y la calidad del comprador y del vendedor y aquí nosotros estamos buscando quienes les compran para compensar Cúcuta, entonces van las grandes cadenas, las intermedias y las pequeñas. Ese es el esfuerzo grande que se está haciendo, en una circunstancia de excepción porque esto no es lo normal pero que si no ayudamos a estos empresarios en estos momentos, eso puede tener un impacto económico muy negativo y nosotros los necesitamos permanentemente produciendo.

¿Cómo hacer para que éstas sean acciones a largo plazo?

Vamos a ver cómo nos va. Lo que importa es que a la gente le vaya bien, hay que hacerle seguimiento a la situación para que los productores sigan produciendo y así seguir colocando sus artículos en los mercados interno y externo. Si vemos que es necesario, la rueda de negocios se puede volver a realizar.

¿Cómo hacer para que la zona de frontera sea atractiva para inversionistas?

La Vicepresidencia de Inversiones de Proexport viaja con su equipo para aprovechar el momento y mirar cuáles son los sectores en los que se podría invertir, porque en este momento no lo tenemos claro y de pronto es un nicho de oportunidad. De cada circunstancia de éstas hay un ganador y apenas lo vamos a descubrir.

¿Cómo han recibido la iniciativa los empresarios de la zona de frontera?

Al principio, cuando el ministro Luis Guillermo Plata propuso la idea, a la gente le pareció que no era suficiente y que lo que se necesitaban eran normas proteccionistas, lo que la gente pide son subsidios, apoyos especiales, y Proexport cree que las ayudas deben ser más las posibilidades de negocios, aunque el Gobierno Nacional profirió normas de exención de Iva. Pero lo importante es que ya en este momento los empresarios sí están convencidos de que esta va a ser una oportunidad real de negocios, donde lo que se está generando es una opción de sentarse a mirar donde pueden colocar sus productos y están muy contentos y a la expectativa.

¿Cuáles son las expectativas de negocios que esperan concretar en los dos días?

No tenemos todavía. Hemos buscado una forma para ver cómo nos medimos y mi opinión hay que mirar qué y cuánto era lo que se vendía a Cúcuta para saber qué y cuánto se logró colocar después de la rueda de negocios, Creo que vamos a establecer la expectativa de negocios siguiendo ese parámetro. Hay que entender que esto es arriesgado, aquí en casi dos semanas vamos a hacer lo que duramos mucho más tiempo organizando. Es una cosa riesgosa pero es destacable que Proexport se meta en esto.

¿Cómo va el proceso de diversificación de mercados con los empresarios?

Hemos hecho un gran trabajo porque a pesar de que las ventas a Venezuela cayeron 71 por ciento a julio de 2010, las ventas totales de Colombia al exterior han caído sólo cinco por ciento y hoy el país vecino sólo tiene 10 por ciento de participación en nuestras ventas externas. Hemos logrado aumentar las exportaciones a Estados Unidos, Ecuador, Perú, Suiza, Brasil, México, Chile, China y otros países. Así mismo, hemos participado en ferias en las que nunca habíamos hecho presencia, por ejemplo en la feria de reconstrucción de Chile. Por otro lado, nos hemos concentrado en realizar macro ruedas, en las que se han cerrado negocios por 118 millones de dólares, con expectativas adicionales por 480 millones de dólares.

¿Qué va a pasar con Proexport con el cambio de gobierno?

Aún no se sabe quien va a dirigir Proexport pero yo creo que no importa quien quede. La designación del nuevo ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz granados, es un mensaje súper positivo para nuestro trabajo, porque él ya lo conoce y lo va a recibir, a fortalecer y a crecer y conoce particularmente a Proexport, en su desempeño como Viceministro de Desarrollo Empresarial y como líder de Anato. Además, Proexport tiene todo esto documentado para el Ministro, esta es una entidad tan fuerte que no importa quien la dirija porque tiene un equipo humano y directivo muy bueno. Si me dejan muy bien y si no me dejan también porque el Presidente Santos ha escogido gente demasiado buena en muchos sectores y éste es su sector, entonces estoy segura que aquí también será consecuente con lo que ha hecho.

¿Qué balance hace de los últimos ocho años de Proexport y su transformación?

Ha sido muy positivo. Primero por los resultados de cada área: la inversión extranjera directa hoy es cinco veces mayor que la de hace cinco años, las exportaciones se triplicaron con las circunstancias que conocemos, y el número de visitantes internacionales, cuando el mundo decrecía, nosotros crecíamos más de dos veces, y segundo, por la interacción y las sinergias que se han logrado entre la vicepresidencia de turismo y la de inversiones y por eso, la entidad ha logrado fortalecerse mucho en estos años.

Nota de Portafolio .com.co

Con Macrorrueda y Feria Internacional del Cuero y el Calzado, Colombia ayudará a empresarios de la frontera

Promociones entre el 30 y 50% en casi todo el comercio de Cúcuta, el cierre de negocios y la búsqueda de nuevos mercados son el retrato de la situación que viven las empresas de calzado en esa ciudad.

Desde la frontera los empresarios le hacen tres peticiones concretas al Gobierno y al Banco de la República: aumentar el arancel que se cobra por las importaciones de zapatos desde China, extender la exclusión del IVA también para la cadena productiva de calzado y no sólo para el producto final, y seguir bajando las tasas de interés del Emisor.

Y es que esa ciudad no sólo soporta gran parte de la complicada situación con Venezuela, sino que también se le suman las crecientes importaciones desde China y la revaluación del peso colombiano, lo que no ayuda en nada a las ventas que se hacen al exterior.

Sandra Gómez, propietaria de Calzado Espia, explica que el venezolano es un cliente natural del comercio cucuteño ya que están a sólo cinco minutos, contrario a lo que ocurre con otros mercados como Ecuador y Costa Rica, dos destinos que ahora tienen sus productos, pero los cuales les implican más fletes y menos ventas.

"Por darle un ejemplo: yo tenía un cliente en Venezuela al que le vendía 10.000 pares de zapatos cada tres meses. Con la situación actual él ya no está y aunque tengo otro en Ecuador, este sólo me compra 500 ó 1.000 pares de zapatos cada tres meses. Todo es así", explica Gómez, quien participa en la Feria y espera cerrar nuevos negocios.

José Aparicio, dueño de calzado Govelino, va más allá. "En Cúcuta unas 2.000 fábricas de todos los sectores que le vendían directamente a Venezuela están cerradas. Y aunque en cada consejo comunal que hacía el presidente Uribe le pedíamos medidas, nunca cumplió nada. Sólo hasta ahora toma unas medidas que no nos benefician a todos".

Aparicio, que también pertenece a Acicam en Cúcuta, pone sobre el tapete el problema que viene desde hace unos cinco años, pero que cada año toma más vuelo: las importaciones procedentes de China. "Hoy de lo que consumen las colombianas de calzado en un año, el 13 por ciento es producción nacional y el resto son importaciones", asegura.

Y agrega que desde ya están buscando un acercamiento con el presidente electo Juan Manuel Santos, para plantearle la situación y pedirle aranceles más altos para el calzado chino.

Una mano el comercio cucuteño

El Ministerio de Comercio y Proexport realizará entre mañana y el viernes la macro rueda nacional de negocios que tendrá lugar en Cúcuta, con la finalidad de apoyar al sector productivo de la frontera afectado por la decisión unilateral de Venezuela de suspender las relaciones entre ambos países. Al evento asistirán empresarios de todo el país, con la intención de hacer compras en esa ciudad y contactar proveedores.