

## **IMPORTANCIA DE LOS CENTROS DE DESARROLLO PRODUCTIVO EN LAS REGIONES: EL CASO DEL CENTRO DE DESARROLLO PRODUCTIVO (CDP) DE LAS CONFECCIONES DE RISARALDA (COLOMBIA)**

### **RESUMEN**

En este documento presentaremos algunos de los principales resultados de la investigación evaluativa, que realizó en el 2005 el Grupo de Investigación para la Productividad y Competitividad de las Organizaciones de la Universidad Tecnológica de Pereira (GIPCO), para conocer los éxitos y fracasos de la historia reciente del Centro de Desarrollo Productivo (CDP) de las confecciones de Risaralda.

**PALABRAS CLAVES:** Productividad, Competitividad, Centro de Desarrollo Productivo (CDP)

### **ABSTRACT**

*In this document we will present/display some of the main results of the evaluative investigation that made in the 2005 Group of Investigation for the Productivity and Competitiveness of the Organizations of the Technological University of Pereira (GIPCO) to know the successes and failures the recent history of the Center of Desarrollo Productivo (CDP) of the preparations.*

**KEYWORDS:** Productivity, Competitiveness, Center of Desarrollo Productivo (CDP)

### **ERNESTO BAENA**

Doctor Ingeniero Industrial  
Profesor Titular  
Universidad Tecnológica de Pereira  
ebaena@utp.edu.co

### **JOHN JAIRO SÁNCHEZ**

Magíster en Investigación de Operaciones y Estadística  
Profesor Asistente  
Universidad Tecnológica de Pereira  
jasaca@utp.edu.co

### **OMAR MONTOYA**

Especialista en Gestión Tecnológica  
Profesor Asistente  
Universidad Tecnológica de Pereira  
omarm@utp.edu.co

## **1. INTRODUCCIÓN**

El fenómeno de la globalización económica trajo consigo una serie de problemas sobre todo para los sectores económicos caracterizados por estar integrados por Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes). Estos problemas se manifiestan en varios hechos entre los cuales se destaca la imposibilidad de que estas empresas, trabajando individualmente, puedan alcanzar los objetivos y metas propuestas dado que la competencia internacional, con mayor tecnología y menores costos, obstaculiza estos propósitos. Dada esta situación se han venido generando una serie de fenómenos tendientes a fortalecer, dinamizar y darle viabilidad económica a estas empresas. Es así como en Colombia han surgido las estrategias llamadas cluster y cadenas productivas, y además han venido naciendo y fortaleciéndose una serie de instituciones de apoyo al sector especializadas en temas específicos. Una de ellas son los Centros de Desarrollo Productivos –CDP-.

En este documento, además de resaltar la importancia que estos CDP tienen en el desarrollo y dinamismo en los sectores económicos en las regiones, se presentarán algunos resultados de la investigación que se adelantó sobre el Centro de Desarrollo Productivo (CDP) de las confecciones de Risaralda (Colombia).

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. El papel de los centros de desarrollo productivo**

En el reto por mejorar la competitividad de las empresas y en general el bienestar de las comunidades para lograr un desarrollo económico y social de las regiones, es indudable el importante papel que desempeñan los Centros de Desarrollo Productivos, pues, generalmente, por intermedio de ellos se logran los procesos de innovación que mejoran la productividad y la competitividad empresarial.

También es ampliamente reconocido el papel que juegan las universidades para lograr los propósitos arriba mencionados.

Como bien lo ha dicho la fundación COTEC (2004)<sup>1</sup> la mejora de la oferta de productos y servicios de las empresas y su modernización (procesos y operaciones) necesarios para mejorar su productividad implica un esfuerzo innovador sistematizado que no todas las empresas, individualmente, pueden acometer con sus propios recursos. Por ello se resalta la importancia que tienen los Centros de Desarrollo Productivo para el proceso innovador empresarial.

<sup>1</sup> COTEC. Nuevos papeles de los Centros Tecnológicos: Empresas, redes y desarrollo regional. España, 2004.

Generalmente, las empresas buscan en los Centros de Desarrollo Productivo objetivos como los siguientes<sup>2</sup>:

- La utilización del potencial de conocimientos para nuevos desarrollos
- La utilización de la capacidad tecnológica para mejorar procesos ya existentes
- La utilización de servicios tecnológicos.
- El apoyo para la identificación de necesidades y la búsqueda de soluciones
- El establecimiento de alianzas estratégicas que aporten valor y recursos complementarios

Los Centros de Desarrollo Productivo y/o Tecnológicos cumplen una importante función en la provisión de tecnología útil para las empresas basados no sólo, en el conocimiento del entorno de su sector productivo, sino también en el conocimiento de los sectores de servicios, sumados a su capacidad tecnológica. Su labor de intermediación para identificar y formular demandas tecnológicas es más eficaz cuanto mayor es su capacidad de relación con los centros generadores de conocimiento científico y tecnológico.

## 2.2 El subsector de confección textil de Risaralda

El sector de la confección textil comprende todas las empresas que producen bienes cuya materia prima principal procede de la industria textil y más remotamente de la industria algodonera o la petroquímica. Los productos finales son para diferentes usos y principalmente están dirigidos a satisfacer las necesidades de consumo individual como vestuario para hombres, mujeres, complemento de vestuario para todas las edades, artículos decorativos y ropa de hogar para todos los estratos sociales.

Aunque el sector de confección textil del departamento de Risaralda tiene más de 50 años de tradición se considera que los empresarios (especialmente los pequeños) no tienen un adecuado conocimiento de su sector, siendo esta, tal vez, la principal razón para que el sector esté actualmente en crisis. Ella puede comprobarse por la disminución de la competitividad de la confección regional, expresada en asuntos como el cierre de varias de las más importantes empresas.

Investigaciones recientes<sup>3</sup> permiten concluir que las principales causas del descenso de la industria de confección textil risaraldense son atribuidas, entre otras razones, a la estandarización en el ámbito mundial del pago por prenda, la reducción de aranceles para ropa importada, la eliminación de estímulos por parte del gobierno a los exportadores, la ausencia de créditos a

largo plazo y bajo costo, las deficientes instalaciones industriales, y al contrabando.

En la década de los noventa bajo el Gobierno del Doctor Cesar Gaviria Trujillo, Colombia inició un proceso de apertura económica tendiente a promover el desarrollo de mercados competitivos para acelerar el crecimiento económico. Como consecuencia del proceso de apertura se encontró que en la industria manufacturera nacional existía una gran debilidad, representada principalmente en la baja productividad y competitividad de las empresas de la región, las cuales vieron afectada su rentabilidad, al ingresar al país productos novedosos y a más bajo precio, generando una pérdida potencial del mercado, el cual estaba totalmente asegurado antes de este proceso.

El sector de confección textil del departamento de Risaralda, en un 99%, está instalado en el Área Metropolitana Pereira – Dosquebradas<sup>4</sup>.

Risaralda posee valiosas ventajas comparativas por ser un cruce importante de caminos de las más importantes zonas de producción y de consumo nacional y por su privilegiada ubicación geográfica en la llamada cuenca del pacífico, considerada la de mayor potencial económico del mundo.

## 2.3 El Centro de Desarrollo Productivo (CDP) de la industria de confección textil de Risaralda.

El CDP de confección de Risaralda aparece en la década del 90 en razón a la ejecución del Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa en Colombia y a los convenios con el gobierno del Canadá y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). El CDP inició con los siguientes objetivos:

- Fortalecer el desarrollo productivo de la industria de confección en el departamento de Risaralda.
- Aumentar la productividad de la confección textil.
- Proporcionar la mejor competitividad en el mercado.
- Generar programas que permitieran la especialización de los empresarios.
- Promover y/o fomentar la formación de nuevas entidades y su posterior conversión en empresas de servicios tecnológicos.
- Regular y establecer los criterios de aprendizaje y capacitación del subsector.
- Crear una cultura empresarial<sup>5</sup>.

Por la época, Pereira, capital del departamento de Risaralda, era la quinta ciudad del país en cuanto al

<sup>2</sup> Ibídem. Pág. 44

<sup>3</sup> BAENA M., Ernesto. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia España. Diciembre de 2003.

<sup>4</sup> El Área Metropolitana Pereira- Dosquebradas es el epicentro de un mercado de más de dos millones de personas en un radio de cien kilómetros.

<sup>5</sup> Gobernación de Risaralda: Hacia la construcción de una estrategia de desarrollo regional. Colección ventana al nuevo milenio. Pereira, Colombia 1994.

número de empresas de confección textil. Poseía el 6.8% de los establecimientos de confección. Solo le antecedían en su orden: Medellín, Cali, Bogotá y Bucaramanga. En cuanto a la generación de valor agregado total, Pereira ocupaba el tercer lugar después de Medellín y Bogotá. El potencial de usuarios del CDP era de 615 empresas de confección. Este potencial no tenía a su alcance servicios tecnológicos que les permitieran mejorar su productividad, lo cual se veía reflejado en:

- Atención a un mercado local y regional que no se identificaba por la calidad sino por el precio.
- Desarrollo incipiente con una tecnología y equipamientos altamente obsoletos.

### 3 METODOLOGÍA

El objetivo básico de esta investigación es conocer la historia del desarrollo del CDP y encontrar las razones que condujeron a la liquidación de este importante y fundamental Centro de Desarrollo Productivo para la Región. Los sujetos de estudio, además del CDP, son las pequeñas y medianas empresas de confección del Área Metropolitana Centro-Occidente (AMCO).

La investigación es histórica, descriptiva y analítica, por lo cual se utilizaron los siguientes procedimientos en la recolección de la información:

a. Para la parte histórica se revisaron documentos escritos (información secundaria) como informes anuales de actividades y el informe de creación del CDP; también se hicieron entrevistas estructuradas con Gerentes del CDP.

b. Para la parte descriptiva y analítica se tuvieron en cuenta datos de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) de confección del AMCO.

Para el procesamiento de la información se utilizó el programa SPSS 11.0

#### 3.1 Determinación de la muestra

Teniendo en cuenta que la cantidad de PyMEs de confección textil en el AMCO no es muy grande, y que además se podía tener acceso a las bases de datos de PyMEs registradas en las Cámaras de Comercio de Pereira, y de Dosquebradas, ciudades que concentran la mayoría de empresas del departamento, se decidió no calcular una muestra, que podría resultar muy pequeña para los intereses de la investigación y más bien se optó por encuestarlas a todas las empresas (censo), confirmando previamente su existencia por vía telefónica. Tampoco se incluyeron en el trabajo de campo las empresas que tuvieran menos de cinco trabajadores<sup>6</sup>.

#### 3.2 El instrumento de medición

Una vez definida la población teniendo en cuenta el problema de investigación, se procedió a diseñar un cuestionario que permitiera recolectar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación.

##### *Elaboración del cuestionario.*

El formulario final es un cuestionario estructurado, con preguntas cerradas, dicotómicas y múltiples, para las que se utilizó la escala de Likert. Este método, desarrollado por Rensis Likert, es uno de los más popularizados y consiste en un conjunto de ítem presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita al entrevistado que elija uno de los cinco puntos de la escala (Hernández, 1998, p. 256).

En el formulario aplicado a las Pymes se analizaron temas relacionados con los siguientes aspectos:

- Apoyo del CDP a la reducción del tiempo de fabricación estimado de los productos en los dos últimos años.
- Apoyo al CDP en la reducción del costo de fabricación estimado de los productos en los dos últimos años.
- Competencia y perfil del CDP de confecciones.
- Envío de información útil del CDP para el desarrollo de las empresas.
- Recepción de información de las Pymes por parte del CDP.
- Calificación de los métodos que utiliza el CDP para transmitir información.
- Calificación de las empresas con relación a la utilidad de la información recibida del CDP.
- Calificación de la capacidad de convocatoria del CDP para la realización de actividades conjuntas.
- Calificación de la participación del CDP para la realización de actividades conjuntas con las empresas.
- Calificación del impacto del CDP en los resultados de las empresas.
- Capacidad del CDP para generar iniciativas y propuestas en beneficio de las empresas del sector.
- Capacidad del CDP para articular y generar consensos en beneficio de las empresas del sector.
- Capacidad del CDP para representar mejor la región.
- Calificación de la visión estratégica de futuro del CDP.

<sup>6</sup> Según la Ley 590 de 2000 (Colombia), las empresas se clasifican según el número de trabajadores así: Microempresas (no superior a 10 trabajadores); Pequeñas (11 a 50 trabajadores); Medianas (de 51 a 200 trabajadores); y Grandes (más de 200 trabajadores).

#### 4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este apartado se analizan las empresas encuestadas con las siguientes variables generales: Reducción del tiempo de confección por prenda debido al apoyo del CDP, Reducción costo de fabricación por apoyo del CDP, Competencias por las que fue reconocido el CDP, enviada por el CDP, Comunicación Recibida por el CDP, Calificación realizada por los empresarios al CDP (CDP Cal), Calificación utilidad de la información recibida (CDP Útil), Calificación capacidad de convocatoria del CDP (CDP Conv), Calificación capacidad de participación del CDP (CDP Part), Calificación impacto del CDP (CDP Impact), Calificación del liderazgo del CDP.

##### 4.1 Reducción del tiempo por apoyo del CDP

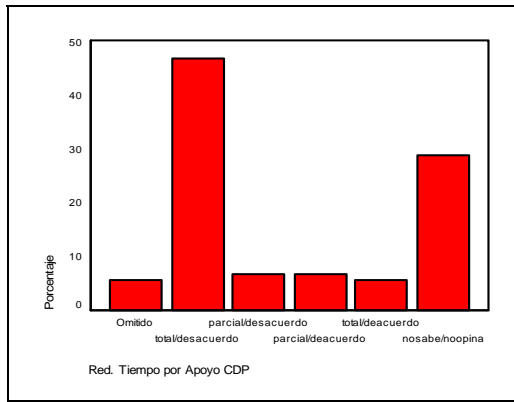


Figura 1. Reducción del tiempo por apoyo del CDP

Se observa que cerca del 50% de las empresas del Sector Confecciones manifestó que el CDP no contribuyó a la reducción del tiempo de fabricación de sus prendas. Esto significa que el CDP durante su funcionamiento no impactó la productividad y la estructura de costos de las empresas.

##### 4.2 Reducción costo por apoyo CDP

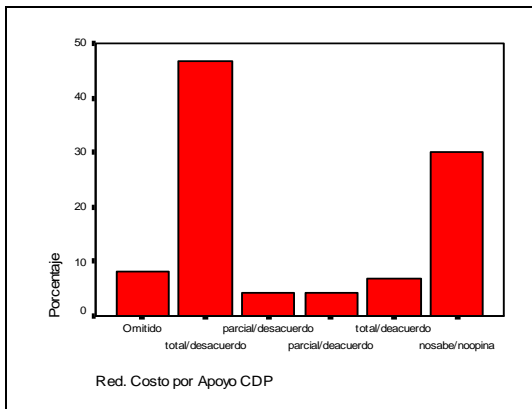


Figura 2. Reducción costo por apoyo CDP

Se observa que cerca del 50% de las empresas del Sector Confecciones manifestó que el CDP no contribuyó a la reducción del costo de fabricación de sus prendas. Esto significa que el CDP durante su funcionamiento no

contribuyó a la reducción de los costos y por lo tanto al mejoramiento de las utilidades de las empresas.

##### 4.3 Competencias por las que fue reconocido el CDP

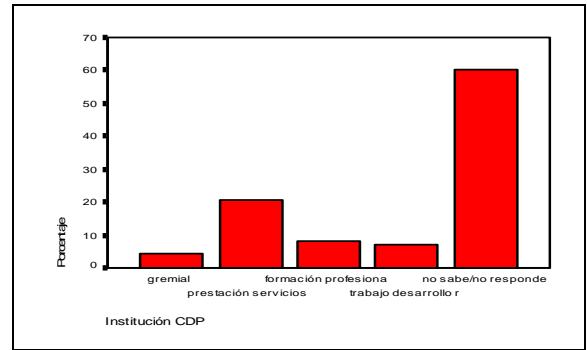


Figura 3. Competencias por las que fue reconocido el CDP

El 20.5% de las Empresas de Confección reconocen al CDP como una entidad prestadora de servicios especializados y más del 60% dicen no conocer las competencias del CDP.

##### 4.4 CDP Comunicación

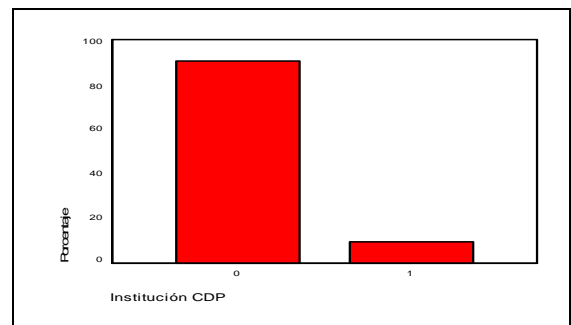


Figura 4. CDP Comunicación

Fue prácticamente nula la comunicación que tuvieron los empresarios con el CDP de Risaralda. Sólo el 9.6% de las empresas se comunicaba con esta organización.

##### 4.5 CDP Recibe

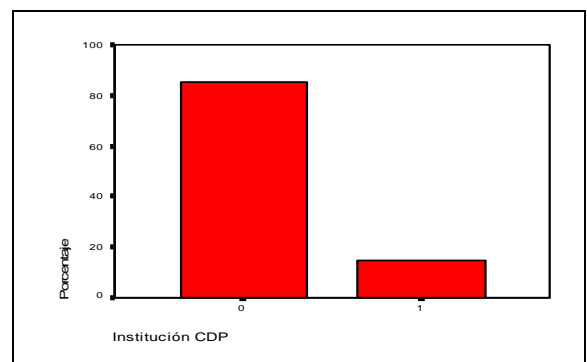


Figura 5. CDP Recibe

Los empresarios sólo en un 15.1% manifestaron conocer los métodos que utilizaba el Centro de Desarrollo Tecnológico para transmitir información. El 84.9%,

manifestaron no conocer sobre los métodos que utilizaba esta organización para transmitir la información.

**4.6 Calificación realizada por los empresarios al CDP (CDP Cal)**

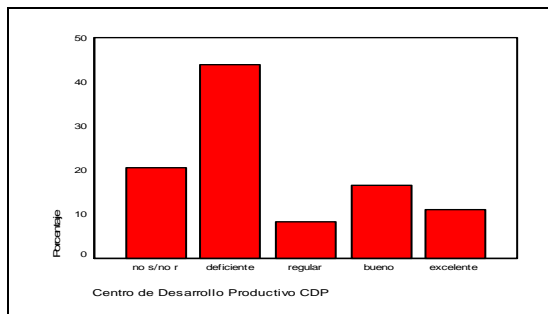


Figura 6. Calificación realizada por los empresarios al CDP (CDP Cal)

El 43.8% de los empresarios del sector, calificaron el desempeño del Centro de Desarrollo Productivo de Risaralda como deficiente. Sólo un 11% de los empresarios lo calificaron con un desempeño excelente.

**4.7 Calificación utilidad de la información recibida (CDP Útil)**

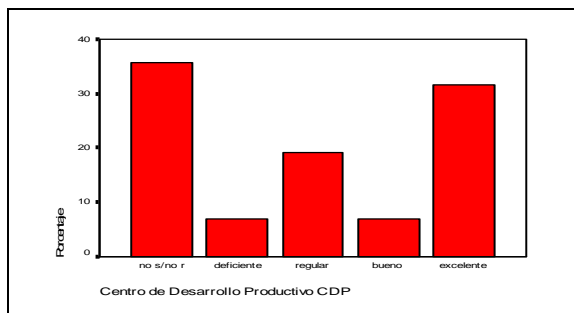


Figura 7. Calificación utilidad de la información recibida (CDP Útil)

El 31.5% de los empresarios del sector, dicen que la utilidad de la información recibida era excelente, mientras el 35.8% afirman no tener conocimiento sobre dicho aspecto.

**4.8 Calificación capacidad de convocatoria del CDP(CDP Conv)**

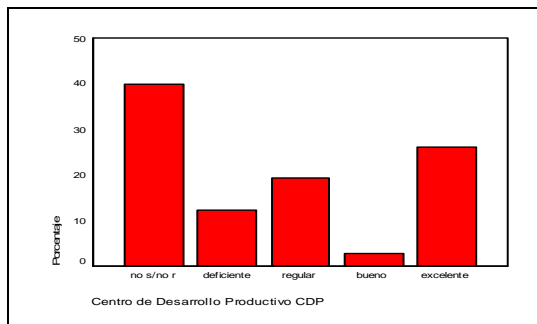


Figura 8. Calificación capacidad de convocatoria del CDP(CDP Conv)

El 26% de los empresarios del sector, afirmaron que el CDP contaba con una excelente capacidad de convocatoria, mientras un 39.7% dijeron no tener conocimiento sobre tal situación.

**4.9 Calificación capacidad de participación del CDP (CDP part.)**

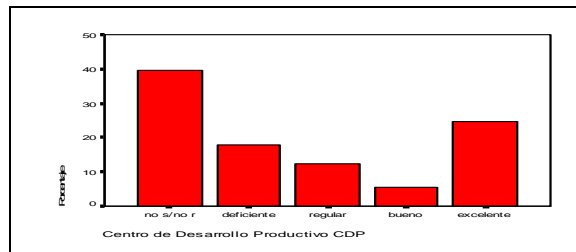


Figura 9. Calificación capacidad de participación del CDP (CDP part.)

El 24.7% de los empresarios del sector, dijeron que el CDP tuvo una excelente capacidad de participación en los diferentes aspectos para los cuales fue creado. Mientras aproximadamente un 30% calificaron su capacidad de participación entre deficiente y regular.

**4.10 Calificación impacto del CDP (CDP Impact)**

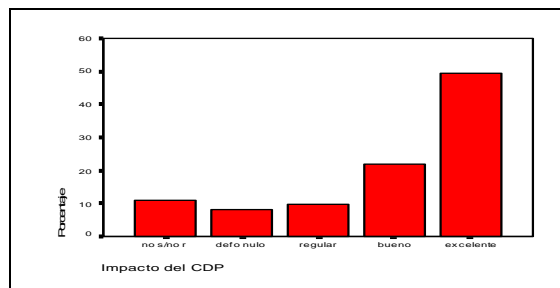


Figura 10. Calificación impacto del CDP (CDP Impact)

El 49.3% de los empresarios del Sector de la Confección, calificaron el impacto que tuvo el CDP como excelente. El 21.9% calificaron el impacto como bueno, mientras aproximadamente el 18% dijeron que su desempeño fue entre deficiente y nulo.

**4.11 Calificación capacidad para generar iniciativas y propuestas en beneficio del sector (CDP INIC)**

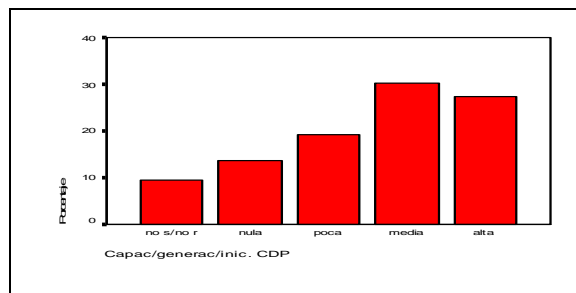


Figura 11. Calificación capacidad para generar iniciativas y propuestas en beneficio del sector (CDP INIC)

El 57.5% de las empresas dijeron que estuvo entre media y alta la capacidad para generar iniciativas y propuestas

en beneficio de éstas por parte del CDP. El 42.5%, expresaron la intervención del Centro de Desarrollo Productivo entre nula, poca y media.

**4.12 Capacidad de articular y generar consensos en beneficios de las empresas del sector (CDPARTIC)**

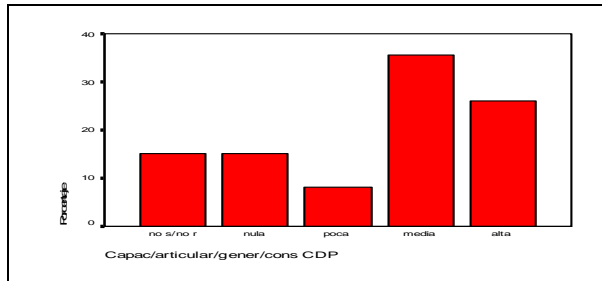


Figura 12. Capacidad de articular y generar consensos en beneficios de las empresas del sector (CDPARTIC)

El 61.6% de las empresas dijeron que el CDP, tuvo una intervención entre media y alta con relación a la capacidad de articular y generar consensos en beneficios de las empresas del sector. El 23.4% de las empresas expresaron la intervención por parte del Centro de Desarrollo Productivo entre poca y nula en ese sentido.

**4.13 Capacidad del CDP para representar mejor la región (CDP REPRE)**

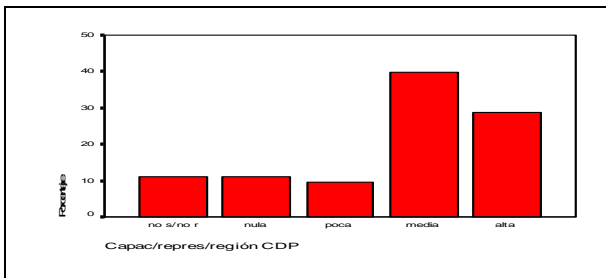


Figura 13. Capacidad del CDP para representar mejor la región (CDP REPRE)

Cerca del 70% de las empresas manifestaron entre media y alta la capacidad del CDP para representar mejor la región. El 20.6% dijeron que la capacidad del CDP en este sentido está entre nula y poca.

**4.14 Visión de futuro del CDP (CDP VISIÓN)**

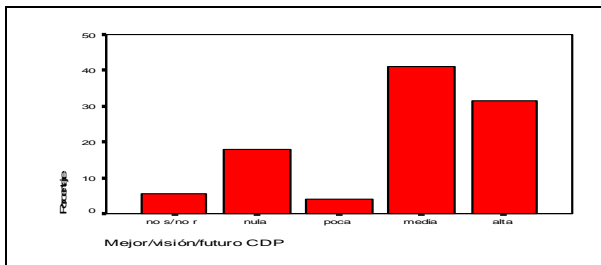


Figura 14. Visión de futuro del CDP (CDP VISIÓN)

El 72.6% de las empresas manifestaron la visión de futuro del CDP entre media y alta. Mientras cerca del 22% la calificaron entre poca y nula.

**5. CONCLUSIONES**

El conocimiento que tiene el grupo de investigación del sector basado en diferentes investigaciones previas sobre el mismo (Baena 1998, 2003), aunado a los hallazgos de esta investigación nos permiten concluir que durante su período de funcionamiento el CDP no cumplió con los objetivos para los cuales estaba diseñado, por el contrario, este sufrió un proceso de desnaturalización, lo que significa que las circunstancias en las cuales actuó hizo que este cambiara sus objetivos por otros distintos a los inicialmente planteados. De acuerdo con información recogida de tres de los últimos gerentes del CDP este en su etapa final se había dedicado a la manufactura convirtiéndose en competidor directo de las mismas empresas de confección para las cuales se había constituido. Una de las causas fundamentales para su desnaturalización pudo haber sido la falta de financiación y la falta de apoyo por parte de todos los actores comprometidos en este proceso.

No obstante el amplio reconocimiento que tienen los CDP en el mundo como verdaderos impulsores de la competitividad empresarial, fue sorprendente, constatar el poco valor dado por los mismos empresarios usuarios del CDP de confecciones de Risaralda como institución de apoyo en lo concerniente al desarrollo productivo del sector. Ellos manifestaron, casi en su mayoría, que esta institución tuvo muy poco impacto en la disminución de costos de las empresas, en el aumento de productividad, en el suministro de información específica requerida por el sector, y en general, en la competitividad y mejoramiento tecnológico del sector.

**6. BIBLIOGRAFÍA**

[1] Baena M., Ernesto. Propuesta al centro de desarrollo productivo para la industria de confección textil de Risaralda (CDP) para efectuar el “análisis estructural del sector de confección textil de Risaralda”. Pereira, Colombia. 1998

[2] Baena M., Ernesto. Estudio de competitividad de la industria del departamento de Risaralda (Colombia). Propuesta de un modelo que potencie el desarrollo del sector de la confección textil. Tesis doctoral Universidad Politécnica De Valencia España. 2003.

[3] Baena M., Ernesto; Montoya S., Omar; y Sánchez C., John Jairo. Análisis evaluativo del centro de desarrollo productivo (CDP) de la confecciones de Risaralda y su impacto en el sector. Universidad Tecnológica De Pereira, Colombia. En proceso de publicación. 2005

[4] Corporación Centro De Desarrollo Productivo Para La Industria De La Confección Textil Del Risaralda (CDP). – Informe asamblea general 1998. Pereira, Colombia, abril de 1999.

[5] Cotec. Nuevos papeles de los centros tecnológicos: empresas, redes y desarrollo regional. España. 2004

[6] Gobernación de Risaralda. Hacia la construcción de una estrategia de desarrollo regional. Colección ventana al nuevo milenio, editorial departamental. Pereira, Colombia 1994.