

ANÁLISIS FINANCIERO DE EMPRESAS DE UNIFORMES EN EL VALLE DE ABURRÁ-COLOMBIA ENTRE LOS AÑOS 2012-2017

FINANCIAL ANALYSIS OF UNIFORM COMPANIES IN THE VALLE DE ABURRÁ-COLOMBIA BETWEEN THE YEARS 2012-2017

Simón Vásquez Vélez

Universidad Pontificia Bolivariana.

Medellín-Colombia.

E-mail: simon.vasquezv@upb.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-556X>

Fausto A. Zuleta Montoya

Universidad Pontificia Bolivariana.

Medellín-Colombia.

E-mail: fausto.zuleta@upb.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7929-8302>

Recepción: 02/07/2019 **Aceptación:** 31/07/2019 **Publicación:** 23/08/2019

Citación sugerida:

Vásquez Vélez, S. y Zuleta Montoya, F. A. (2019). Análisis financiero de empresas de uniformes en el Valle de Aburrá-Colombia entre los años 2012-2017. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 8(3), 88-117. doi: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2019.080339.88-117>

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 los años 2012 y 2017. El objetivo principal es evaluar el desempeño en términos financieros, comerciales y productivos 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 del país. 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, esto con el fin de realizar un contraste de la información financiera frente a la gama productiva establecida, y con ello puntualizar en las estrategias del sector estudiado.

PALABRAS CLAVE

Análisis Financieros, Estudios comparativos, Uniformes, Empresas sector Textil-Confección.

ABSTRACT

The present work develops an integral financial analysis of the main companies dedicated to the design, confection and commercialization of industrial uniforms and of medical use in the Aburrá Valley, (Medellín-Colombia), between the years 2012 and 2017. The main objective is to evaluate the performance in financial, commercial and productive 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 production, and with this, point out in the strategies of the sector studied.

KEYWORDS

Financial analysis, Comparative studies, Uniforms, Textile-Clothing sector companies.

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 industriales y de uso médico, de las cuales hay poca información relacionada con sus dinámicas productivas.

Se entiende por uniforme 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 anterior se le puede añadir que son un “medio y representación visual de la institucionalidad” (Fernández, 2013), 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 como interesantes debido a que representativamente se sobreponen al producto extranjero en algunos casos, son significantes en las dinámicas industriales del país (Gómez, 2015), y también son un caso de estudio debido a que se conoce muy poco sobre ellas.

El eje principal de esta investigación son este tipo de empresas, sus prendas y sus dinámicas financieras, las cuales fueron consideradas como interesantes debido a que representativamente se sobreponen al producto extranjero.

Por otra parte, estas empresas integran un contexto normativo que condiciona sus diseños, métodos productivos, materias primas, insumos y por ende la demanda. En el código sustantivo del trabajo para Colombia, en su artículo 230 dice: “Todo {empleador} que habitualmente ocupe uno o más trabajadores permanentes, deberá suministrar cada cuatro meses, en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor al trabajador, cuya remuneración mensual sea hasta dos 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 meses al servicio del empleador” (Secretaría general del senado, 2016). De allí que, soportándose sobre la ley, este tipo de empresas subsisten, se mantienen y crecen. Su marco global son las confecciones de prendas de vestir, pero las reglas de juego que los rigen son diferentes a las que tienen empresas que confeccionan ropa interior, pantalones o camisas, por ejemplo, ya que por un lado 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 a lo anteriormente mencionado, también están las normatividades nacionales, las cuales están realizadas por distintas mesas o comités del ICONTEC que determinan unas características técnicas orientadas a la protección, resistencia y funcionalidad, aspectos que no necesariamente deben cumplir prendas de vestir enfocadas en las tendencias, en las cuales uno de los factores más importantes es la estética. Destacan normatividades sobre higiene y seguridad, protección en pies, manos y cabeza, como también los trajes completos destinados a protección en salud o el campo industrial; Normas Técnicas Colombianas (NTC) como la 2219, 2257, 2830, 3252, 1956, 1726, 5049, 5625, 5623 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 normatividades 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 mencionar 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 a esto, los detalles más puntuales que se encuentran sobre ello son informes de estados financieros y económicos emitidos por la Superintendencia de Sociedades (SS), Cámaras de Comercio locales, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), 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 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 vestidos con una prenda que generalmente es de uso obligatorio.

En este sentido, el análisis de dichas empresas se enfoca en varios puntos; primero se revisaran sus estados financieros con el fin de conocer cómo ha sido su comportamiento entre los años 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), esto complementado con los indicadores sugeridos por el SIREM también en su página web (Superintendencia de Sociedades,

s.f), esto complementado con una serie de entrevistas a personal directivo de algunas empresas, lo que permitirá integrar el entendimiento de ellas y corroborar los hallazgos del análisis financiero. Además se revisará la información que estas empresas consignan en sus sitios de internet, esto para conocer cómo están aprovechando las crecientes tecnologías de la información y comunicación. Sumado a todo lo anteriormente descrito, se revisará informes económicos enfocados en el sector textil-confección publicado por entidades como Cámara de Comercio de Medellín, 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, y 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 además sirva como insumo para la generación de estrategias comerciales a nivel nacional e internacional, y también sirva como base para establecer políticas de gran impacto sobre la competitividad.

2. METODOLOGÍA

2.1. BÚSQUEDA

En esta investigación se realiza una búsqueda sistemática y dirigida del perfil objetivo empresarial, el cual consiste 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 que se dediquen exclusivamente al diseño-confección-comercialización (o cualquiera de estas tres), de uniformes industriales y uniformes de uso médico. Adicionalmente se tiene en cuenta la mesa del clúster del mismo sector para hallar informaciones relevantes.

La búsqueda en directorios telefónicos permitió encontrar 18 empresas que se dedicaran a esta labor. Es de anotar que la zona, dentro de la geografía nacional, es relevante dentro de procesos de diseño, producción y comercialización de prendas de todo tipo, lo que hace que sea un referente en el país (González, 2018). Posteriormente se revisan 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, lo que redujo el número de empresas a 3.325 con una diferencia posible de ± 25 empresas aproximadamente. Teniendo dicho filtro, se realizan búsquedas por palabra clave; esto logra hallar empresas cuya razón social tuviese 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 es buscar el resultado de la posible aparición de otras razones sociales asociadas a ese NIT y descartar las empresas que no cumplan el requisito de información.

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.

También se aplica el proceso inverso de búsqueda, es decir, dentro del RUES se buscan empresas cuya razón social pudiese estar relacionada con uniformes industriales, y el NIT de las empresas resultantes era indagado en los informes del Sistema de información y Reporte Empresarial (SIREM). Ahora bien, cuando se tenía una razón social posiblemente relacionada con uniformes industriales, esta era puesta en motor de búsqueda y de esta manera se encuentra información directa e indirecta de estas empresas; generalmente su página web, teléfonos y direcciones, como también posibles informes o artículos que dan cuenta de características importantes frente al tamaño, especialidad y maquinaria productiva. Con dicha información se ingresa en todos los portales financieros y se corroboraba que dentro de su portafolio de productos estuviese algún tipo de uniforme de uso industrial o médico, esta información también se confirmaba vía telefónica. Durante esta segunda búsqueda se hallaron 6 empresas más con las características de nuestro interés, esto nos da un total de 24 empresas para la zona del Valle de Aburrá (ver Tabla 1). Hay que tener en cuenta que las últimas 6 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) (Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia, 2013), así como algunos de los utilizados por Carlos Ríos y José Arias en su artículo: Análisis Financiero integral de empresas colombianas 2009-2010 (Castaño Ríos y Arias Pérez, 2013).

2.3. RECOPIACIÓN

Teniendo claras las empresas a analizar, se divide la investigación en dos fases; la primera consiste en tomar los estados financieros de los años 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 de las empresas que se hallaron en el SIREM con el fin de comparar su evolución financiera, de esta manera se hallaron posibles patrones de comportamiento y se realiza un diagnóstico completo de estas, 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 (ver Tabla 1), y se les realiza entrevista y encuesta guiada, esto con el fin de conocer información relevante 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 esto se busca de primera mano, cómo ha sido su evolución en los últimos años.

Tabla 1. Descripción general de empresas dedicadas al diseño-confección-comercialización en el Valle de Aburrá 2012-2015.

#	TOTAL EMPLEADOS*	TIPO DE EMPRESA*	MUNICIPIO	PAGINA WEB	CON INFORMACIÓN FINANCIERA EN EL SIREM	TIPO DE UNIFORME EN QUE SE ESPECIALIZAN	FABRICAN	DISEÑAN	DISTRIBUYEN	CALZADO	ROPA
1	37	PEQUEÑA	ENVIGADO	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
2	351	GRANDE	MEDELLIN	SI	SI	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x

#	TOTAL EMPLEADOS*	TIPO DE EMPRESA*	MUNICIPIO	PAGINA WEB	CON INFORMACIÓN FINANCIERA EN EL SIREM	TIPO DE UNIFORME EN QUE SE ESPECIALIZAN	FABRICAN	DISEÑAN	DISTRIBUYEN	CALZADO	ROPA
3	9	MICRO	MEDELLIN	NO	SI	INDUSTRIAL	x			x	x
4	4	MICRO	MEDELLIN	SI	NO	INDUSTRIAL	x			x	x
5	5	MICRO	ENVIGADO	NO	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x	x		x	x
6	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x	x			x
7	7	MICRO	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x				x
8	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	INDUSTRIAL	x			x	x
9	4	MICRO	MEDELLIN	NO	NO	INDUSTRIAL	x				x
10	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x				x
11	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
12	12	PEQUEÑA	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO	x			x	x
13	237	GRANDE	MEDELLIN	SI	SI	MÉDICO E INDUSTRIAL	x	x		x	
14	150	MEDIANA	MEDELLIN	NO	SI	INDUSTRIAL	x			x	
15	8	MICRO	ITAGUI	NO	NO	INDUSTRIAL	x				x
16	21	PEQUEÑA	LA ESTRELLA	SI	SI	INDUSTRIAL	x			x	x
17	6	MICRO	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO	x			x	x
18	15	PEQUEÑA	ENVIGADO	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x				x
19	25	PEQUEÑA	MEDELLIN	SI	SI	MÉDICO E INDUSTRIAL			x	x	
20	SIN REGISTRO	N/A	MEDELIN	SI	NO	INDUSTRIAL	x				x
21	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	INDUSTRIAL	x			x	x
22	9	MICRO	SABANETA	SI	NO	INDUSTRIAL	x				x

#	TOTAL EMPLEADOS*	TIPO DE EMPRESA*	MUNICIPIO	PAGINA WEB	CON INFORMACIÓN FINANCIERA EN EL SIREM	TIPO DE UNIFORME EN QUE SE ESPECIALIZAN	FABRICAN	DISEÑAN	DISTRIBUYEN	CALZADO	ROPA
23	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	MÉDICO E INDUSTRIAL	x			x	x
24	SIN REGISTRO	N/A	MEDELLIN	SI	NO	INDUSTRIAL	x	x		x	x

Nota:

a. El número de empleados corresponde a la cantidad que reportan las empresas ante la Cámara de Comercio (Registro Único Empresarial y Social, 2016).

b. El tipo de empresa se hizo bajo la clasificación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

Fuente: elaboración propia.

El 20% de las empresas accedieron a participar, el 67% de las entrevistas se realizó presencialmente, el resto se utilizó medio electrónico. Para hallar información acerca de las empresas que no accedieron a participar de 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, logrando con ello obtener información de la totalidad de las empresas en cuestión. Durante la búsqueda global en la que se encontraron las 24 empresas (ver Tabla 1), se descartaron aquellas que, aunque tenían puntos de venta o representantes en el Valle de Aburrá su registro mercantil estaba fuera de este.

Durante la búsqueda global en la que se encontraron las 24 empresas (ver Tabla 1), se descartaron aquellas que, aunque tenían puntos de venta o representantes en el Valle de Aburrá su registro mercantil estaba fuera de este.

Se realizaron entrevistas personales semiestructuradas partiendo de unas preguntas guía (ver Tabla 2), esto en búsqueda de características que den fe o que validen los informes encontrados por los otros

medios visualizados. Las entrevistas agregaban preguntas tipo encuesta que ayudaban a valoraciones cuantificables, y según el caso, se adicionan otras preguntas cuando fuese necesario ahondar en temas específicos o con el fin de orientar la entrevista hacia un punto específico. La entrevista se diseña con base en lo escrito por Valles (2002), en su libro Cuadernos metodológicos; entrevistas estructuradas. Las personas que se escogen para las entrevistas son directivos de las diferentes empresas, de esta manera se garantiza que las respuestas dadas provienen de un empleado de nivel directivo alto o dueño, que tiene un conocimiento global y amplio sobre su empresa. El formato de la entrevista se puede ver en la Tabla 2 donde se especifica la variable tenida en cuenta y la preguntas según su tipo si es necesario.

Las personas que se escogen para las entrevistas son directivos de las diferentes empresas, de esta manera se garantiza que las respuestas dadas provienen de un empleado de nivel directivo alto o dueño, que tiene un conocimiento global y amplio sobre su empresa.

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. También se revisan algunos informes emitidos por la Cámara de Comercio, el DANE y la Superintendencia de Sociedades, con el fin de conocer en términos generales como ha sido el comportamiento del sector textil-confección en Colombia. Esto también alimenta la variable de las relaciones para sus conclusiones, entre los altibajos económicos de las empresas dedicadas al diseño, confección y/o comercialización de uniformes industriales o de uso médico con eventos globales de la economía colombiana.

Tabla 2. Resumen de preguntas realizadas a las empresas entrevistadas.

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

Variable	Pregunta	Tipología
Evolución económica	¿Por qué creen que sus ingresos han mejorado o desmejorado en los últimos 3 años?	Encuesta
	1- ¿Cambiaron la tecnología de su empresa?	Encuesta
	2- ¿conquistaron 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? ¿Conoce cuál es su impacto?	Entrevista
Normatividad	¿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 que 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 cuantos años lo hacen?	Encuesta

Fuente: elaboración propia.

3. RESULTADOS

Los resultados se presentan en dos grupos; el primero (A) es el relacionado con la revisión de estados financieros, el segundo (B) el encontrado en entrevistas a diferentes empleados directivos de empresas del sector que se está estudiando y sus respectivas páginas web.

3.1. REVISIÓN 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, dicha tabla permite evidenciar que del 2012 al 2013 el 100% de las empresas reportaron crecimiento en sus ventas, aunque dos de ellas solo lo hicieron en un 1%. Del año 2013 al 2014 solo una empresa decreció, estos datos indica que estas empresas durante los años en cuestión tuvieron una tendencia al crecimiento en ventas, pero el año 2015 fue un año en el que en términos de ventas hubo decrecimiento, más adelante se revisaran otros indicadores para puntualizar un análisis y concluir si también fueron impactados negativamente durante este año otras cuestiones de dichas empresas.

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 económico. El principal ítem que aparece en cualquier estado de resultados es el de las ventas o ingresos, aunque no es un indicador puntual, permite entender de manera clara si los ingresos obtenidos durante un año son mejores o no que los de años anteriores, tal y como puede verse en la Tabla 3, el cual muestra que desde el año 2012 al 2014 la tendencia fue positiva, el 83% de las empresas tuvieron crecimiento, para el año 2015 esta tendencia cambio, solo el 33% de las empresas logro resultados positivos. Cabe resaltar que las empresas que lograron crecimiento en ventas para el año 2015, el cual fue 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 que tienen un portafolio más diversificado. Para el 2016 las cosas mejoraron, el 66% de las

empresas tuvo mejores ventas respecto al 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.

Tabla 3. Comparativo ventas.

#*	VENTAS 2012	VENTAS 2013	VENTAS 2014	VARIACION RELATIVA 2012/2013	VARIACION RELATIVA 2013/2014
2	\$ 28,897,684	\$ 30,958,900	\$ 36,154,749	7%	17%
3	\$ 1,925,656	\$ 2,043,992	\$ 2,335,826	6%	14%
13	\$ 33,454,761	\$ 41,574,038	\$ 45,542,765	24%	10%
14	\$ 11,708,549	\$ 11,843,683	\$ 12,286,612	1%	4%
16	\$ 5,705,171	\$ 6,440,808	\$ 6,191,106	13%	-4%
19	\$ 15,841,164	\$ 15,939,729	\$ 17,205,190	1%	8%

Nota:

- a. Cifras en miles de millones.
- b. La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en la **Tabla 1**.

Fuente: elaboración propia.

3.1.2. INDICADORES DE ROTACIÓN

La sección A de la Tabla 4, muestra la evolución de la rotación de inventario de las diferentes empresas, este indicador muestra 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 solo una empresa tuvo decrecimiento respecto al 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. Para los años 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.

En la sección B de la Tabla 4, puede verse que en términos de rotación de activos fijos el 2013 fue un año negativo para la mayoría de las empresas, solo dos de ellas reportaron crecimiento. Para el 2014 el panorama repuntó, solo dos empresas decrecieron, aunque poco respecto al 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, solo 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.

El 2015 fue un año regular, solo 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 al 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 parte 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 Indicadores operacionales

Comparativo Indicadores operacionales																		
	A - Rotación de inventarios						B - Rotación activos fijos						C - Rotación activos					
#\Año	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

Comparativo Indicadores operacionales																		
	A - Rotación de inventarios						B - Rotación activos fijos						C - Rotación activos					
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

Nota:

a. (#*) La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en la **Tabla 1**.

b. Las celdas N/D significan que el SIREM no cuenta con datos de ese año de 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.

Fuente: elaboración propia.

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 con el corto plazo con su productividad y el capital de trabajo.

Continuando con los resultados encontrados para los indicadores de liquidez (ver 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 podemos 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, la cual 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 para 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.

Tabla 5. Comparativo Indicadores de liquidez

Comparativo Indicadores de liquidez						
KTN						
1.	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
Razón Corriente						
2.	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
Prueba ácida						
3.	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
EBITDA						
4.	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

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. (1). KTN: Capital de trabajo neto operativo. (2). KTN: Capital de trabajo neto. (3). 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 restadas en negro muestran un detrimento en las relaciones al año anterior.

Fuente: elaboración propia.

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 y Arias Pérez, 2013).

Ahora bien, los indicadores de rentabilidad muestran que el 2013 fue un año desfavorable con respecto al año 2014, en este último año la mayoría de las empresas lograron un alza con respecto al año anterior. Para el 2013 cuatro de las seis empresas analizadas tuvo un decrecimiento en su margen operacional, esto puede estar ligado a que en ese periodo el gobierno implementó un nuevo arancel a la importación principalmente a 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 empresa cuya rentabilidad tuvo los mejores índices fue la industria número 19, la cual es una empresa pequeña que no fabrica, solo 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 sumándole el latente contrabando (La República, 2015). Este resultado, contrastándolo con las otras tablas, demuestra que una entrada fuerte de mercancías de otros países no fue bien atendida por las industrias del sector, sin embargo, posteriormente 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 presentó 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, esto debido a la necesidad legal que el país presenta.

Tabla 6. Comparativo Indicadores rentabilidad.

Comparativo Indicadores 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	22013	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%

Nota:

- a. (#*) La numeración corresponde a la ubicación de cada empresa en la **Tabla 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 (1). ROI significan: Return on investment (retorno de la inversión). (2). ROA significan: Return On Assets (rentabilidad económica). (3). ROE: Return On Equity (rentabilidad financiera)

Fuente: elaboración propia.

3.1.5. INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Estos sirven para saber en qué grado y de qué forma participan de una empresa los diferentes acreedores, también sirve para definir niveles de riesgo de endeudamiento y de cumplimiento o no a los acreedores.

El nivel de endeudamiento en la mayoría de las empresas bajo este análisis se mantiene estable durante los 6 periodos de investigación. Las empresas que tuvieron cambios más significativos fueron las empresas número 2 y 16, ya que fueron las que aplicaron mejores políticas de desarrollo para este aspecto. En cuanto a la concentración del <Pasivo>, vemos que 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 que pueda presentarse. 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 Indicadores Endeudamiento.

Comparativo Indicadores 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

Nota:

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

Fuente: elaboración propia.

3.2. TRABAJO DE CAMPO

De acuerdo a lo enunciado dentro de la metodología, se establece que el 100% de las empresas entrevistadas afirmó que nacieron con la intención de fabricar uniformes o comercializarlos, indicaron que 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 y/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 tener por lo menos una persona con los conocimientos necesarios en la revisión de patrones y tallajes adecuados dentro de la producción, esto con el fin de lograr sobresalir mediante calidad, innovación y valor agregado. Agregan que les interesa, además, combinar lo anterior con un buen servicio postventa, en un contexto empresarial donde es frecuente encontrar competencia ofreciendo productos con precios y calidad baja. El servicio postventa busca reorganizar los uniformes, adecuarlos y /o personalizarlos, aquí 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 y/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 lograr dejar de ver a los uniformes como un “*comodity*” y pasar a verlos 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% de ellas afirmó que los afecta de manera positiva, ya que les permite prever con mayor claridad la demanda y mantenerse. Las empresas restantes, afirmaron 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 diferentes normas que regulan los procesos, materias primas e insumos que intervienen en la fabricación de un uniforme, pero más del 60% dicen que las aplican únicamente cuando son un requerimiento de sus clientes, es decir, no están en la obligación de hacerlo si estos no se los piden de manera directa. Esto permite ver que, aunque la normatividad es amplia, su aplicación es a consideración del comprador. Lo anterior aplica solamente para el mercado colombiano, ya que las cosas cambian cuando el producto será para exportación, en este caso el cumplimiento de normas es indispensable, así como lo son los sellos de calidad, esto lo afirman la mayoría de las empresas entrevistadas y que exportan sus productos.

Todas las empresas afirman tener conocimientos de las diferentes normas que regulan los procesos, materias primas e insumos que intervienen en la fabricación de un uniforme, pero más del 60% dicen que las aplican únicamente cuando son un requerimiento de sus clientes, es decir, no están en la obligación de hacerlo si estos no se los piden de manera directa

En la búsqueda de información mediante las páginas web de las diferentes empresas se encontró que el 75% posee páginas web, el 25% restante no posee, están en mantenimiento o 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 correo electrónico. Al revisar las entrevistas, se encuentra 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 los reparten municipios aledaños como: Sabaneta, Itagüí y La Estrella en partes iguales. De dichas empresas, solo el 21% de ellas 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 y/o comercialización, se encontró que el 79% de las empresas se especializa en la manufactura, el 17% en el diseño y producción, y el 4% únicamente en la 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 debida 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 normatividad y complejidad de las necesidades del sector. Por otro lado, el 46% restante son empresas mixtas, es decir que 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% solo 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 número 2, como la empresa número 13 (ver Tabla 1), pertenecen al grupo de las 500 empresas más grandes de Antioquia según la Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo (RAED, 2017), publicada anualmente por la cámara de comercio de Antioquia. En los diferentes 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. Esto es una clara tendencia creciente de dichas empresas.

4. DISCUSIÓN

Según lo evidenciado en las leyes colombianas frente al código sustantivo del trabajo se permite ver que dicha ley solo 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 como tal 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, dejando a consideración del empleador la calidad y tipo de dotación que suministra a sus empleados. Esta ley debería ser más específica en este aspecto o por lo menos remitir de manera directa a otras leyes o normas en las cuales estos aspectos si 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 y allí un problema para los empleados que realmente necesitan protección.

Ahora bien, las empresas que realizan este tipo de indumentaria requieren encontrarse con un panorama económico más claro para la realización de sus prendas; claro en cuanto a aranceles, impuestos, contrabando, servicio asociado y presencia comercial. Todo lo anterior arroja la pregunta: ¿Se debería proteger la entrada de este tipo de productos al país?, no solo pensando en la avanzada comercial internacional, sino por la fuerza laboral actual y el déficit que se está teniendo frente a la exportación de este tipo de productos. Con relación a lo anterior encontramos que las empresas entrevistadas coinciden en que encuentran beneficioso para ellos 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 actualmente aporta el mayor volumen de ventas al sector textil-confección en Antioquia, y lo ayuda a posicionarse en el segundo puesto a nivel nacional, únicamente por debajo de Bogotá (Superintendencia de sociedades, 2013). Relacionando lo anterior con los resultados de la presente investigación podemos decir que las empresas que se dedican al diseño, confección y comercialización de uniformes industriales y de uso médico en el Valle de Aburrá son actores activos y beneficiosos para Antioquia, y por ende para Colombia. 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 diferentes factores que han generado altibajos en este sector de la economía. Es oportuno resaltar que dichos éxitos en ventas fueron alcanzados por empresas, que, aunque para este estudio fueron enmarcadas 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 solo se apoya en los resultados de los comparativos financieros, sino también en las entrevistas realizadas durante el año 2015, las cuales permitieron encontrar que las empresas que fueron participes dicen estar creciendo año tras año, en uno de los casos se afirma estar creciendo entre un 70 y 100%.

Los éxitos en ventas fueron alcanzados por empresas, que, aunque para este estudio fueron enmarcadas en un mismo grupo, son bastante heterogéneas si se mira su tamaño, experiencia y tipos de productos que comercializan.

Respecto a los demás indicadores financieros puede decirse que la mayoría de las empresas estudiadas se encuentran en un nivel saludable, teniendo en cuenta que el año 2013 fue el año menos favorable y que el 2014 fue el año más favorable, en el que la mayoría de las empresas en cuestión lograron mejorar sus indicadores, luego se pudo evidenciar una tendencia decreciente para el 2015 en la mayoría de las empresas, y en 2016 y 2017 una lenta tendencia creciente.

Aunque lo anterior demuestra que las empresas estudiadas son en su mayoría prosperas, puede decirse que en temas de nuevos canales de venta están estancados, ya que son empresas que solo utilizan canales tradicionales de ventas. Al revisar el estudio, se presenta que ninguna de las 24 empresas está utilizando canales electrónicos o E-Commerce como medio de ventas, esto puede considerarse un retraso ya que las ventas en línea están totalmente desaprovechadas, y 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 nivel mundial, podemos darle un enfoque positivo, ya que tenemos una serie de empresas que se mantienen estables sin necesitar de las ventas en línea, lo que permite suponer que si en algún momento adoptaran esta modalidad lo único que lograrían es 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 posibles 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, no solo en el Valle de Aburrá sino también a nivel nacional. Este aspecto para una investigación, el cual no solo afecta a este tipo de empresas, permitiría información detallada acerca de subgrupos de empresas que pertenezcan al sector industrial de productos en Colombia, pero por el momento esto es mínimo y superficial.

El comparativo que se realizó, aparte de lograr la obtención de información detallada de este tipo de empresas durante los últimos años, sienta un precedente y 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 que pertenezcan a cualquier sector económico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Calefato, P. (2007). Semiótica del uniforme. *Revista Exit; imagen y cultura*, 27, 22-29.

Cámara de Comercio de Medellín. (2017). Biblioteca virtual. Estudios económicos. Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo - RAED.

Fernández, C. (2013). *De vestidos y cuerpos*. Medellín: Ed. 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, 101-152.

González, M.C. (2018). Textil y Confección son el 2,5% del PIB de Antioquia. *Revista Portafolio*, 24(5).

Grupo GIA. (2016). Grupogia. Recuperado de: <http://grupogia.com/>

Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. México: Pearson.

ICONTEC. (19 de 11 de 1986). NTC 2219 - Higiene y seguridad. Guantes aislantes de la electricidad. Colombia.

ICONTEC. (17 de 06 de 1987). NTC 2257 - Higiene y seguridad. Puntera protectora y entresuela para calzado de seguridad. Colombia.

ICONTEC. (05 de 12 de 1990). Higiene y seguridad. Protectores dieléctricos para calzado. Especificaciones. Colombia.

ICONTEC. (05 de 12 de 1990). NTC 2830 - Higiene y seguridad. Protectores de calzado. determinación de la resistencia dieléctrica. Colombia.

ICONTEC. (20 de 11 de 1991). NTC 3252 - Higiene y seguridad. Ropa de protección contra el fuego y contra el calor. Recomendaciones generales. Colombia.

ICONTEC. (22 de 10 de 1997). NTC 1956 - Guantes quirúrgicos de caucho. Especificaciones. Colombia.

ICONTEC. (24 de 11 de 1999). NTC 1726 - Caucho. Guantes de caucho para uso industrial. Colombia.

ICONTEC. (19 de 06 de 2002). NTC 5049 - Overoles industriales de propósito general. Colombia.

ICONTEC. (29 de 10 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.

Real Academia Española. (03 de mayo de 2016). Rae.es. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=b5csojY>

Registro Único Empresarial y Social. (febrero de 2016). RUES. Recuperado de: http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas/Consultasext?

Secretaría general del senado. (6 de mayo de 2016). Secretaría general del senado. Recuperado de: http://www.secretariasenado.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). Superintendencia de sociedades. 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.

