Facturación Electrónica

¿Quiénes están Obligados?

Todas las personas naturales y jurídicas que tengan la calidad de comerciantes y aquellas que ejerzan profesiones liberales.

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

www.elpeleterovirtual.com

Revista - Periódico. *Fundado el 22 de julio de 1996*

23 AÑOS

El Peletero

EL SISTEMA MODA: CALZADO Y ROPA, NUESTRA GRAN PASIÓN

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

EDICIÓN No. 161

I - II de 2020

Celular: 315 601 2901

ISSN 1794-5526

Peletenaz@gmail.com

Los curtidores de cueros, zapateros, marroquineros y afines, aún no sienten el apoyo del Gobierno nacional

LA INDUSTRIA DEL CALZADO DE COLOMBIA A PASO LENTO

. La fabricación cayó 50 por ciento y el panorama en el 2020 es incierto. El contrabando y los impuestos no dejan caminar el sistema moda.

Los fabricantes de zapatos colombianos se sienten abandonados; no figuran, una vez más, en los proyectos prioritarios del Gobierno, situación que mantiene las alarmas encendidas. El año pasado la producción de calzado bajó 50 por ciento y este 2020 no muestra dinámicas, situación que tiene a los industriales analizando cuál es la ruta a seguir.

La meta de los zapateros es pasar de 50 millones a 100 millones de pares, pero para ello es esencial el concurso del Estado a través de los programas del Ministerio de Industria y Comercio, que no están teniendo impacto en la base calzadista y las confecciones. / **VER PAGINA 13**

La Feria Internacional del Calzado y Afines de Bogotá pinta bien

PROYECTAN VOLUMINOSOS PEDIDOS EN LA IFLS

. Los más de 500 expositores les tienen excelentes colecciones a los comercializadores de zapatos en Corferias y otros escenarios de la Capital, al igual que en las ferias que se realizarán en Bucaramanga, Cali y Cúcuta. / **Ver páginas 7.**

Mujeres, cantantes, artistas y celebridades le apuestan al cambio

LA ROPA EN CUERO RECONQUISTARÁ LA MODA

. El vestuario en napa, cabrito, ovejo y becerro, tendrá un espectacular impacto entre la gente que le gusta marcar diferencia. Ellas y ellos les están preguntando a los diseñadores cuáles son el diseño y los colores ideales. / **Ver páginas 10.**

Editorial

¿2020, EL AÑO DEL SISTEMA MODA?

La globalización continúa desafiando a los industriales del sistema moda, quienes están mentalizados para enfrentarla en el 2020, año en el que zapateros y confeccionistas de Colombia están dispuestos a sostener sus negocios, sometiéndose a las reglas de juego que tiene la competitividad, que exige, quiérase o no, formalización, calidad, innovación y precio.

Los fabricantes de calzado, prendas de vestir y afines, sin embargo, analizan hasta dónde vale la pena mantenerse en el mercado, por las débiles garantías gubernamentales, que no les valora su liderazgo social; generan demasiados puestos de trabajo, mano de obra que no son tenidos en cuenta a la hora de medir su rol en el desarrollo del país, lo cual es decepcionante; todo gira en torno a los impuestos. Los 'invisibles' de la productividad tienen un papel protagónico espectacular; sin ellos, el desempleo se habría acrecentado. Es importante que el gobierno les reconozca alguna cosita…

Los últimos 10-15 años han sido tijera para zapateros, confeccionistas, curtidores y textileros, quienes mantienen sus empresas a nivel familiar, con la esperanza de que llegará un cambio. Ha sido tan contundente el escobazo para quienes visten a millones de personas que hoy las llamadas industrias son micro, famis y pequeños centros de producción, en los que la mano de obra es cubierta por el núcleo familiar, que le hace frente al embate, mientras se reactivan los pedidos y así le darán espacio a los operarios calificados, que han migrado porque no han encontrado estabilidad laboral; para completar los venezolanos ofrecen servicios más baratos.

Lo que les pasa a los inversionistas del sector moda, no es novedad. Lo lamentable es que poco o nada se hace por darles importancia y se cansaron de teorías insulsas. Los 'genios' son maestros en el tablero y poco les dejan a quienes buscan apoyos para salirse de una crisis, en la que el factor capital de trabajo tiene en ascuas a zapateros y confeccionistas, que ven cómo la plata estatal va a parar a bolsillos de los considerados expertos –contratistas y operadores-, que con estrategias 'inteligentes' llaman la atención y después, luego de cumplir los tiempos de ejecución, -según ellos-, de trasformar a los zapateros, curtidores de cuero y vestuario, se pierden, sin dejar rastro. A eso es a lo cual le tendrá que clavar mucho más la mirada el presidente Iván Duque, la alcaldesa de Bogotá Claudia López y los demás mandatarios seccionales –alcaldes y gobernadores-; los zapateros y confeccionistas no deben ser más 'conejillos de indias', a quienes utilizan en el pago de favores, con la tercerización de procesos, en los que el Sena y el Ministerio de Industria y Comercio invierten millones de pesos que, en vez de enriquecer, los empobrecen. Los zapateros y confeccionistas avalan, por 'ingenuidad', programas que por ningún lado les dejan dividendos positivos.

José Yesid Angulo Campos
Director-Fundador del Periódico El Peletero

Las inversiones del Gobierno nacional en el sistema moda deberán manejarse bajo mecanización, en la que es necesario aplicar el 99.9 por ciento de acción y el 1 por ciento teórico, con el fin de que los industriales del calzado y ropa, artistas de la innovación y el diseño, tengan más talla, no en ideas frescas, sino en comodidades, protección y respeto. A los llamados inversionistas foráneos se les da de todo y a los colombianos los ignoran; algo incomprensible, que nadie ha podido explicar. Iván Duque Márquez les prometió a zapateros y confeccionistas ubicarlos en la cúspide internacional, y por ahora el zigzag no funciona; por el contrario, están más amenazados por el contrabando, la competencia desleal, la subfacturación y el lavado de activos que, según los industriales, hicieron su navidad en el 2019; aprovecharon para vender en las calles –mercados informales- a precios irrisorios zapatos y ropa, causándole pérdidas millonarias al comercio organizado, que no entiende cómo algunas organizaciones expresaron que el comercio fue el gran ganador. "¡Que mentira… que engaño!", agregan quienes evalúan el cierre de locales, agobiados por deudas, altos arriendos e impuestos.

Lo inmenso del sistema moda es que cuenta con gente pujante, enamorada de lo que fabrican. Los zapateros y confeccionistas consideran que habrá un mejor mañana, que el 2020 será el año de las cosechas; si el Estado, pero en especial quienes tienen en sus manos las fórmulas del desarrollo socio económico, aplican al pie de la letra las leyes y le dan relevancia a la base de estos sectores, que se sienten abandonados, pero como siempre con las botas y el overol puestos, por una cantidad de personas que encuentran en pequeños talleres, el día a día; dinero para mantener la barriga llena de quienes integran sus hogares, inspirados en la moda.

El sistema moda de Colombia tiene la casta para ayudar a dinamizar el empleo y las finanzas de la Nación, siempre y cuando a veteranos y jóvenes les den herramientas tecnológicas y presupuestales, en una competencia en la que el relevo generacional en la zapatería y las confecciones es poco; no encuentran motivos para mostrar su sabiduría, que está opacada por los artículos importados y por los obstáculos para competir en el mercado local, en el que no existe un control eficaz de calidad entre lo que se fabrica aquí y lo que proviene del otro lado del charco –China y demás países-. Permitir que los zapateros y confeccionistas sigan en vía de extinción es tenebroso para la estabilidad de más de 5 millones de hombres y mujeres –madres y padres cabeza familia- de los estratos 0 al 3, que disipan sus penas y necesidades, haciendo lo que más saben producir: calzado y vestuario.

Una vez más, señores presidente Iván Duque y ministro de Industria y Comercio José Manuel Restrepo, la cadena productiva del cuero, calzado, marroquinería y afines; textiles, confecciones y afines, son esenciales en la calidad de vida de la gente. Están agonizando, pero con voluntad las podemos revivir.

Los programas económicos no están dirigidos directamente del sistema la moda. Una muestra es que zapateros y confeccionistas reclaman, mediante derechos de petición y protestas, el máximo de aranceles para la entrada de zapatos y vestuario extranjero. El Gobierno tiene en marcha el plan Fábricas de Productividad, la Economía Naranja y el de Pymes. El primero aplica para el 3 por ciento del Gremio del Calzado, al igual que el segundo, y el tercero no suena. Hay buenas intenciones, no más. Quienes se especializaron en cursos y más cursos, quieren mostrar que tienen la metodología para que los industriales del calzado ingresen al Salón de la Fama, pero será a pata limpia; no se habla de traslado de recursos, y lo más delicado: los programas como que son para unos pocos, no están llegando a los dolientes, en su mayoría informales; quieren que los zapateros los busquen. No existe claridad y credibilidad para dar ese paso, se les escucha a los zapateros colombianos.

¿Cuál es el camino más corto para que los zapateros hagan parte de la agenda económica y productiva del Gobierno nacional? Esa es la incógnita de quienes desde hace años aceptaron el reto de invertir en el sector calzado y afines, pensando en ver a la gente marcando el paso con elegancia.

Los zapateros son hoy actores primarios y el Estado les tendrá que reconocer con creces la decisión de poner en juego sus capitales; que en las actuales circunstancias no están seguros, por la rapiña en el mercado. Los consumidores aún no diferencian… compran zapatos y ropa más baratos –importados-, situación que tiene dudando a los empresarios nacionales sobre si mantenerse u optar por alejarse.

Muchos no lo han hecho por sentimiento; la zapatería la llevan en la sangre. Quienes han dicho no más, han llorado por tener que dejar a sus empleados, que son como parte de la familia, a la deriva, pero les era imposible continuar, dijeron adiós; se dedicaron a otras actividades, con la ilusión de regresar a esta hermosa industria cuando el Gobierno se apriete el cinturón y mande a la cárcel a los contrabandistas, aplique un IVA e impuestos moderados y la competencia sea de tú a tú con los comerciantes internacionales, principalmente chinos, que en precios son intocables. Mano dura con los asiáticos, que pagan salarios vergonzosos y utilizan materias primas de pésima calidad en la producción de zapatos y ropa, contrario a los colombianos, que no dan el brazo a torcer, por figurar entre los mejores.

Colombia, con una industria de la moda fortalecida, será mucho más en economía. Si así estamos pisando duro a nivel del área, cómo será con los curtidores de cueros y zapateros, textiles y confeccionistas en todo su esplendor, vendiéndoles prendas de vestir a los turistas que nos visitan ¡Oh Dios! Seríamos una potencia… unos privilegiados; muchísimo más con cero corruptos y en PAZ.

La inequidad social y económica le tocó las fibras a los jóvenes, que marchan en busca de que se acorten brechas, que las oportunidades no continúen en el poder político, que impuso un modelo al que la clase media-baja le es difícil acceder. La política es brillante si quienes la ejercen cumplen a cabalidad la función; que es defender los intereses de una sociedad, a la que saturaron de obligaciones tributarias olvidándose de las industrias tradicionales, que son las que generan ganancias para vivir bien, sin pensar de dónde saldrán los recursos con los que pagarán las obligaciones estatales.

Iván Duque Márquez, los colombianos le dieron un voto de confianza, por su juventud, preparación y visión de cambio. Los zapateros del barrio Restrepo de Bogotá y de Colombia, al igual que los confeccionistas y demás protagonistas del sistema moda, esperan que el próximo 7 de agosto, cuando cumpla 2 años de mandato, puedan recoger los primeros frutos de su gestión.

Las ferias del calzado nacionales, que entraron en su furor, serán el termómetro para ir conociendo qué les espera a los zapateros en el 2020. Todos andamos orando, pidiéndoles a San Crispín y a San Crispiniano que los comercializadores del mundo elijan zapatos en cuero hechos con manos colombianas para los consumidores.

¡Buenos pedidos y excelentes negocios!

REFLEXIÓN: *Si no muestra sinceridad y respeto, le lloverán desprecios y humillaciones.*

Revista - Periódico
El Peletero

DIRECTOR - FUNDADOR
JOSÉ YESID ANGULO CAMPOS
FUNDADO EL 22 DE JULIO DE 1996

peletenaz@gmail.com

ORDENE SU PUBLICIDAD Y AVISOS:
278 9914 - 315 601 2901

DIRECTORA ADMINISTRATIVA Y JURÍDICA:
BLANCA RUTH GUTIÉRREZ DÁVILA
SEDE:
CARRERA 18 No. 19 A – 07 SUR
BARRIO RESTREPO, BOGOTÁ
REGISTRO MERCANTIL: 738610
NIT: 19414767 D. V: - 7

EL PELETERO ES DE CIRCULACIÓN GRATUITA MENSUAL; SE DISTRIBUYE EN BOGOTÁ, MEDELLÍN, BUCARAMANGA, CÚCUTA, CALI, EL EJE CAFETERO, CARTAGENA E IBAGUÉ. LOS CONCEPTOS EMITIDOS POR LOS COLABORADORES NO COMPROMETEN EL BUEN NOMBRE DE NUESTRA PUBLICACIÓN.

www.elpeleterovirtual.com

Ansecalz y Afines, una organización que trabaja por la integración del sistema moda, desde el barrio Restrepo de Bogotá

JUÉGUELE LIMPIO A LA PRODUCTIVIDAD: LEGALICE SU EMPRESA

. Los industriales del cuero, zapateros y marroquineros, textileros y confeccionistas tienen cómo brillar internacionalmente.

Por: El Tenaz / Analista del Periódico El Peletero

Interpretar a quienes se dedican a la industria del calzado y a los fabricantes de ropa, no es fácil; tienen tantas ideas en el cerebro que para unirlas tendría que presentarse un cambio de generación, con propósitos idénticos, lo cual no sucederá, por lo que es necesario continuar buscándole la punta al hilo.

Los zapateros y confeccionistas, por genética, están acostumbrados a caminar al ritmo que ellos impongan, no al que les imponga el mundo, en el que estamos obligados a observar lo que hombres y mujeres desean, para evitar un distanciamiento entre quienes producen moda y los consumidores: niños, jóvenes, mayores y adultos, que se dejan llevar por lo que ven, no por lo que presumiblemente los cautivará, según la interpretación que le daban los fabricantes. Antes los compradores de calzado y vestuario no se detenían a decidir, el mercado estaba enmarcado en lo tradicional; hoy la variedad es total… los colores y los diseños avalan la compra.

China tomó la delantera en la moda. Analizaron de pies a cabeza qué zapatos y ropa les caería bien a los consumidores y presentaron, según la raza, color de piel, estatura, peso y talla, unas alternativas que, además de atractivas, se acomodan al poder adquisitivo de cada individuo. Los chinos despertaron a quienes se creían dueños de la moda, con marcas que no estaban al alcance de todos. Los asiáticos le presentaron en cuerpo entero de la humanidad el vestuario soñado, a costos increíbles… bajos, con un secreto: convertir lo que sea en materias primas.

Los empresarios y comercializadores chinos son rechazados, no tanto como personas, sino por el revolcón que le dieron a la industria de lo moda; tienen caminando finito a los zapateros y confeccionistas, no solo de Colombia, sino del resto del orbe, que suman, multiplican y restan, pero los números no les dan para competirles, situación que los ha llevado a pedirles a los gobiernos salvaguardias y apoyo económico, que no se darán mientras no se tengan cifras reales respecto a cuántos zapateros y confeccionistas le juegan limpio a la productividad. De ahí la necesidad de legalizar las empresas.

ANSECALZ Y AFINES, desde el Barrio Restrepo de Bogotá invita a los zapateros y demás actores de la moda a registrarse en la Cámara de Comercio y a tramitar el RUT, documentos vitales para hacer parte de esta organización, que tiene línea directa con las entidades del gobierno, con un fin: que los fabricantes de calzado y artículos en cuero pertenezcan al desarrollo empresarial.

SHOW ROOM 2020
¡Beneficios que trascienden!

CALZADO ROMULUS® Bienestar para ellos
CALZADO ROMULO® Bienestar para tus pies
CRUZ VERDE CALZADO DOTACIÓN

El Showroom es un espacio para comercializar nuestras marcas de calzado, un evento exclusivamente para distribuidores o para aquellos que estén interesados en vender nuestros productos: calzado para dama, para caballero y calzado de dotación. **Las siguientes fechas corresponden a nuestros próximos Showroom:**

Cada vez, más *cerca de ti.*

Bogotá 3 al 7 de Febrero

Lugar: Hotel Boutique City Center.
Salón: Elite.
Dirección: Carrera 39 # 25 - 26.
Hora: 8:00 A.M. a 6:00 P.M.
Contacto: Luis Conde (313 - 765 3056).

Cali 25 al 28 de Febrero

Lugar: Fábrica de Calzado Rómulo.
Salón: Rómulo.
Dirección: Calle 12a # 37-122 Acopi - Yumbo.
Hora: 8:00 A.M. a 6:00 P.M.
Contacto: Julián Solarte (315 - 440 2031).

Bucaramanga 11 al 14 de Febrero

Lugar: Hotel El Pilar.
Salón: Aragón.
Dirección: Calle 34 # 24-09.
Hora: 8:00 A.M. a 6:00 P.M.
Contacto: Jorge Hincapié (311 - 664 1007)..

Barranquilla 26 al 28 de Febrero

Lugar: Hotel El Prado.
Salón: Real.
Dirección: Cra. 54 Calle 70-10.
Hora: 8:00 A.M. a 6:00 P.M.
Contacto: Juan Camilo Arvilla (300 - 501 3961).

Cúcuta 18 al 20 de Febrero

Lugar: Hotel Casa Blanca.
Salón: Rubí.
Dirección: Av. 6 # 14-55 Centro.
Hora: 8:00 A.M. a 6:00 P.M.
Contacto: Leandro Solano (316 - 452 8100).

Ibagué 03 al 05 de Marzo

Lugar: Hotel Dulima.
Salón: Santa Librada.
Dirección: Cra. 2 # 13-38.
Hora: 8:00 A.M. a 6:00 P.M.
Contacto: Guillermo Villegas (314 - 891 9093).

Más información: www.calzadoromulo.com

El certamen, de talla mundial, tiene como escenario a Corferias de Bogotá, del 4 al 6 de febrero

500 EXPOSITORES Y 11 MIL VISITANTES, LOS PROTAGONISTAS DE FERIA INTERNACIONAL DEL CALZADO Y AFINES DE BOGOTÁ

Durante tres días los industriales exhibirán sus más recientes colecciones de zapatos y artículos en cuero para la temporada Otoño-Invierno 2020-2021. También se realizará la premiación de la VI versión del concurso de diseño 'Innovación Para Tus Pies'.

Fotos ACICAM-Especiales para el Periódico El Peletero. Las últimas tendencias en calzado y artículos en cuero, al igual que materiales y tecnología, se verán en la Feria Internacional del Calzado, que desde ya se vive y se siente en Bogotá.

Entre el 4 y el 6 de febrero de 2020 se llevará a cabo una nueva versión de la Feria Internacional del Calzado, Cuero, Marroquinería, Insumos y Tecnología, IFLS+EICI, que en esta oportunidad, además de la amplia propuesta de exhibición de producto final y materias primas de más de 500 expositores nacionales e internacionales, presentará importantes proyectos que le apuestan al fortalecimiento del sector.

Los nuevos espacios de desarrollo de negocios se concentrarán en 3 áreas creadas de acuerdo a las necesidades comerciales de los distintos empresarios del sector, se trata de las Salas Conecta, La Boutique y Zona 6.

Las Salas Conecta, como su nombre lo indica, tienen como objeto facilitar el desarrollo de los negocios relacionando a las empresas con un alto posicionamiento en el mercado con sus clientes, en un espacio exclusivo dentro del Gran Salón de Corferias.

Una fortalecida versión de La Boutique presentará a los empresarios que tienen dentro de su estrategia de mercadeo la venta al detal, la oportunidad de exhibir sus productos y ampliar su reconocimiento entre el consumidor final, además de facilitar a los visitantes la posibilidad de adquirir productos individuales de la mejor calidad.

Como oportunidad para integrar al evento a los nuevos empresarios que participan por primera vez, estará la Zona 6, espacio en el que exhibirán sus productos frente a más de 10 mil compradores nacionales e internacionales.

SALÓN DEL CUERO

La versión 23 de la Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología EICI, tendrá como protagonista al Salón del Cuero, un área especializada para los negocios de las curtiembres, que por primera vez se realizará en este evento. La muestra estará ubicada en el Pabellón C del Gran Salón como parte de la exhibición de EICI, y contará con la participación de los fabricantes de cuero más importantes del país.

En este espacio estarán exponiendo sus nuevos productos algunas de las curtiembres de Villapinzón y Chocontá (Cundinamarca), que están operando de manera legal conforme a la norma, con sus respectivos permisos medioambientales y de vertimientos, procesos que están reduciendo los niveles de contaminación del río Bogotá.

La agenda académica de la Feria tendrá como eje temático la capacitación de los empresarios en los temas que están incidiendo directamente en el consumo de la categoría de vestuario y moda, que son: los negocios digitales y la sostenibilidad.

De igual manera, se llevará a cabo la premiación de la VI versión del Premio Nacional de Diseño de Calzado ´Innovación Para Tus Pies´, que con cada nueva convocatoria se consolida como la plataforma que respalda y promueve el diseño, factor preponderante en la economía naranja del sector calzado del país.

PROMOVIENDO LA INTEGRACIÓN

Gracias a todas estas novedades, el IFLS+EICI, organizado por la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM), espera recibir a más de 11 mil visitantes durante los 3 días de este evento que se mantiene como una de las ferias más sólidas de Colombia, que respalda a la industria formal, promueve la integración de todos los actores de la cadena productiva para facilitar el ejercicio comercial de los empresarios y posiciona ante el consumidor final los productos que hace el sector.

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

La fabricación de calzado y procesamiento de cuero es totalmente posible y muy rentable

DEPENDE DE NOSOTROS EL ÉXITO DE NUESTRA EMPRESA

. La transformación de las fábricas de zapatos de Colombia es responsabilidad de los propietarios.

*Por: Luis Coelho**
Analista del Periódico El Peletero

Comienza otro año y se repiten las incertidumbres sobre el mercado y la política del gobierno colombiano sobre el sector de cuero y calzado. No sabemos cómo evolucionará la situación, o incluso si realmente mejorará. Los eventos mundiales de hoy nos afectan mucho más que en el pasado, y cualquier acontecimiento en el otro lado del mundo termina teniendo un impacto real en nuestro negocio. No es fácil planificar en este entorno de incertidumbre. ¿Deberíamos invertir más? ¿Deberíamos ampliar nuestra capacidad de producción? ¿Deberíamos buscar nuevos mercados? Estas son preguntas difíciles para obtener respuestas asertivas. Nadie puede predecir el futuro.

Sin embargo, podemos prepararnos para pasar por tiempos turbulentos con las herramientas a nuestro alcance. Aquellas que hacen que nuestro negocio sea más fuerte, más flexible, más eficiente y menos costoso. Muchos empresarios se preocupan demasiado por pedir ayuda a los gobiernos. Por lo general, no llega, ya que hay muchos intereses en juego y casi siempre los políticos tienen muchas demandas que cumplir y tienen que considerar la economía en su conjunto. No tiene sentido lamentarse, quejarse y criticar la situación, la política y los acontecimientos. Solo no hacemos diferencia. Nada cambiará. Esta es una función de los gremios que nos representan.

El papel de cada propietario es trabajar para transformar su actividad, su negocio, en una empresa verdaderamente competitiva. Hay varias áreas para trabajar y buscar ser más eficiente: industrial, producto, marca, comercial, financiero, por ejemplo. Otros temas también son importantes, pero estos son suficientes para que la empresa se desarrolle, genere muchos negocios y sea rentable. Todavía se necesita profesionalismo, conocimiento, experiencia y una actitud proactiva, tomando medidas firmes y efectivas.

Foto Yeka-Especial para el Periódico El Peletero
La industria del calzado es buen negocio si se hace con planificación.

PLANEACIÓN Y CONTROL

En el área industrial, todo comienza con la planificación de la producción, desde la entrada del pedido. La planificación bien hecha, llevada a cabo por lo que llamamos PCP o Planificación y Control de Producción, hace que la empresa compre las materias primas necesarias y a tiempo, defina el número correcto de personas para producir, defina los recursos necesarios y establezca el cronograma para que el pedido se entregue a tiempo. La reducción de desperdicios, la mejora de la productividad y calidad, el logro de la eficiencia necesaria para ser competitivo y rentable, completan los conceptos básicos para producir bien.

***Luis Coelho**

En cuanto al producto, tenemos que identificar muy bien qué es el mercado, qué quiere nuestro cliente. A menudo insistimos en crear y producir algo que nos guste, pero no necesariamente lo que el cliente espera de nosotros. Además, tenemos que definir la vocación de nuestra empresa y especializarnos en este producto. Hacer un poco de todo casi siempre lleva a no hacer nada bien. Si descubrimos que un producto nos brinda la mayor cantidad de ventas y la mayor rentabilidad, debemos olvidarnos de los demás y enfocarnos en él. Esfuércese por fabricarlo de la mejor manera, al menor costo, con la mayor productividad y calidad, y con la menor cantidad de personas. De esta manera, la empresa se vuelve muy competitiva en el segmento en el que elige operar.

PRODUCTO Y CONSUMIDOR

La marca es importante para consolidar la posición de la compañía en el mercado. Es muy importante y sirve como referencia para asociar el producto con el consumidor. La marca debe estar bien desarrollada y publicitada profesionalmente. No se puede adoptar una marca cualquiera o no comunicarse bien con el mercado. Debemos asociar la marca con un producto de calidad, con un diseño bien hecho. Ella debe identificar un producto específico, que cuando se ve inmediatamente se refiere a este producto. Una marca de una empresa que fabrica zapatos para niños, zapatos sociales para hombres y zapatos para mujeres, por ejemplo, hace que los consumidores no estén seguros de cómo asociarlo con un producto. Se pone muy genérico.

El área comercial es crucial para definir la política de ventas de la compañía, eligiendo el nicho de mercado donde operará, el perfil del cliente que se atenderá y las prácticas de venta que se aplicarán. Vender es fundamental para la continuidad del negocio. Si la estrategia comercial no se define correctamente y la empresa no tiene éxito en la toma de pedidos, la fábrica no tiene nada que producir o al menos no lo suficiente como para ser rentable. Tenemos una capacidad de producción que debe estar llena de pedidos para que la empresa sea rentable.

BUSCAR FINANCIAMIENTO

Con respecto al aspecto financiero, es esencial que haya una planificación para que el emprendedor sepa cuánto ganar y cuál debe ser la rentabilidad del negocio para que la empresa prospere. Tener un control de efectivo es una condición indispensable y calcular el grado en que es posible tener deuda, si es necesario buscar financiamiento para comprar maquinaria y / o materias primas. Una empresa que no tiene su área financiera organizada no puede sobrevivir por mucho tiempo. Y la situación es muy estresante para el dueño del negocio que no sabe cómo superar las dificultades diarias en efectivo.

El enfoque anterior es solo superficial pero totalmente pertinente. En futuros artículos podremos profundizar en cada uno de los puntos discutidos. Pero lo que queremos reafirmar es que la actividad de producir calzado, e incluso cuero, en este país (Colombia) es totalmente posible y puede ser muy rentable. Pero depende mucho más de nosotros, los empresarios, que de los acontecimientos políticos y hechos aleatorios. Somos nosotros quienes dirigimos nuestro negocio, depende de nosotros el éxito de nuestra empresa. Para esto tenemos que ser muy profesionales y tener una visión moderna. Un gran 2020!

*El autor de este artículo es experto a nivel mundial de la Cadena Productiva del Cuero, Calzado y Afines.

POPPI
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Visitenos en Corferias
Gran Salón Pabellón C
Stand 159 FERIA EICI
Febrero 4/6 2020

PROINCALZA S.A.S.
Representantes Exclusivos
Carrera 72J BIS No. 36 - 53 Sur Barrio Carvajal
+57 1 453 0696 EXT. 105
+57 1 543 1081
+57 311 540 5972
ventas@proincalza.com.co
www.proincalza.com.co

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

El cuero reconquistará la moda

LAS VACAS SAGRADAS

. El consumo de napa, cabrito, ovejo y becerro será masivo en la fabricación de vestuario.

Por: Don Cuerito
Analista del Periódico El Peletero

¡Y que moda! Muchos industriales y comercializadores de cuero recuerdan el alto consumo que tuvieron las pieles colombianas en confección de vestuario, especialmente para mujeres, artistas, cantantes y celebridades de la farándula, en el siglo pasado. A los diseñadores se les vendían millones de decímetros de napa, cabrito, ovejo y becerro, al igual que cueros seleccionados, eran pedidos fijos y pagos puntuales, semanal, quincenal y mensualmente, por la demanda de chaquetas, pantalones, abrigos, chalecos, faldas, bolsos, cinturones, carteras, sombreros; calzado y botas.

Encanta el kit: que el traje les combine de pies a cabeza, señalan los expertos y vendedores de cuero, quienes predicen que esta moda retornará pronto; como sucedió entre 2001 al 2010, cuando la ropa en cuero arrancó elogios, aplausos y ovaciones. El consumo llegó a ser tan exitoso que los clientes pagaban por anticipado. Pedían diseño, cuero genuino y precisión; la comodidad tenía que ser total… eran medidas exactas, acorde a sus cuerpos y pies.

Los amantes de la ropa en cuero, 10 años después, poco a poco están visitando a su diseñador (a) de confianza, para que les aconseje cuáles son los colores ideales. El negro predomina, seguido del café; el camel, el marrón y el rojo, también llaman la atención. Los gustos van según el color de la piel, si es rubia (o), trigueña, canela o morena, para lo cual se les tienen los tonos. Hoy, los curtidores de Colombia están mejor preparados para satisfacer a los clientes, por la tecnificación y respeto por las normas ambientales, que garantizan con pieles tipo exportación.

MARCA LA DIFERENCIA

El vestuario tradicional, en tela, paño y sintético, pareciera que cansó a mucha gente, que ahora sueña con lucir ropa en cuero, que despierta admiración y marca la diferencia. Un traje en cuero cuesta un poco más, pero eso es lo de menos: por orgullo pagan lo que sea con tal de sobresalir en una sociedad que muchas veces deja de comer para 'chicanear'. Estamos cerca de la popularización de la ropa en cuero. Lo mejor, es que tenemos la materia prima –pieles-, que decayeron en la fabricación de calzado -70-80 por ciento-; con la ilusión de una masificación, por la decisión de los compradores de adquirir prendas en cuero.

Los diseñadores de ayer y de hoy preparan propuestas que darán de qué hablar, Por ahora, la ropa en cuero es exclusiva… solo un 20 por ciento la adquiere. Además, pocos la producen, es una línea que exige estar al día en temas de moda del siglo XXI. Con el pasar del tiempo más de uno se enamorará del cuero y no ahorrará esfuerzo, invertirán para darse el gusto de ponerse uno de los productos que dan, además de leche y carne, las vacas sagradas: cuero trasformado en ropa.

Colombia está a la vanguardia en procesamiento de cuero. Los dueños de las curtiembres han entendido la necesidad de los consumidores de ropa, y la mejor respuesta es procesar cueros que se ciñan a la moda, en calidad, en salubridad y en variedad de colores, que oscilan entre los 300 y 600 pesos el decímetro.

UNA MEJOR CALIDAD

Sin embargo, los curtidores colombianos tienen que mejorar la calidad del cuero; de hecho, lo han venido haciendo, pero habrá que mejorar por los pedidos de bolsos y carteras que tienen los mercados de Suramérica, Centroamérica, Estados Unidos, Canadá y Europa. Hoy, Colombia, liderada por Bogotá, es visitada a diario por jóvenes diseñadores internacionales, que buscan cueros procesados con tecnología de punta –no pintados artesanalmente- para atender el mercado, que es bastante interesante, dicen quienes conocen el movimiento de productos en pieles, en el exterior.

El cuero importado de Italia tiene clientela propia en Colombia. Los fabricantes de ropa los prefieren, pero con más esfuerzo, tanto académico como tecnológico, los cueros colombianos lograrán los estándares internacionales y se reposicionarán, lo cual permitiría que el vestuario en cuero llegue a más personas, por innovación y precio. "Somos privilegiados en cueros, el hato ganadero es grande, tenemos capacidad para abastecer el mercado", expresan quienes se dedican a estudiar qué industrias tradicionales tienen opción de crecimiento y posibilidades de competir en el mundo… de exportar artículos hechos con manos colombianas: la ropa y el calzado en cuero figuran entre los privilegiados.

Foto Yeka-Especial Para El Periódico El Peletero. La ropa en cuero tiene mercado exclusivo y habrá que aprovecharlo al máximo.

ALIANZAS CON EL GOBIERNO

Los 750 industriales del cuero de Colombia (con permisos para curtir), concentrados en el Barrio San Benito (Bogotá), Villapinzón y Chocontá (Cundinamarca); El Cerrito (Valle), La María (Quindío), Antioquia, Barranquilla y Belén (Nariño), procesan en promedio anualmente, 4 millones de pieles, lo cual es una muestra de la capacidad de desarrollo que poseen. "Las curtiembres son y serán generadoras de empleo e impuestos", señalan los empresarios de esta línea de la economía, que permanece entre ceja y ceja. Las autoridades ambientales no les perdonan que sean, según estudios, los principales contaminadores de ríos y quebradas. Los curtidores de cuero nacionales, que cumplen con todas las normas, son pocos. Una cosa es tener permiso de vertimiento y otra cumplir con la mayoría de los requisitos.

Espere informe de cuáles son las mejores curtiembres de Colombia, cuántos puestos de trabajo generan; de la imperiosa necesidad que tienen de que les construyan plantas de tratamiento de aguas residuales y de la cantidad de gente que se rebusca en este oficio.

Los curtidores de cuero les tienen al Gobierno nacional y regional, mucho empleo. Cómo lograrlo, qué ponen el uno y el otro.

HORMAS RESTREPO
Dama
1749
Deportivo
1972
Tubular
1980 75
Elegante Puntuda
1130
Deportivo
Suelas Caja
Caballero
1635
Sport
1862
Sport
1977
Deportivo
1863
Tubular
209 2155
318 791 1995
Transversal 24i No. 15 - 52 Sur
Barrio Restrepo / Bogotá - Colombia
hormasrestrepo@hotmail.com

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

La Zona Metropolitana de Bucaramanga, generadora de empleo y desarrollo empresarial

ACTITUD ANTE NUEVOS RETOS EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

. Los centros de producción de zapatos, en su mayoría, son pequeños, pero con visión de crecimiento.

Por: Enrique Mayorga Herrera
Corresponsal del Peletero en Bucaramanga

La industria del calzado, gracias al emprendimiento de personas persistentes, disciplinadas y sin miedo en la Zona Metropolitana de Bucaramanga, es sin lugar a duda generadora de empleo muy importante formal e informal, permitiendo a las personas que trabajamos en este gremio progresar y llevar el sustento para nuestras familias, como cualquier colombiano que se levanta a guerrear. Una de las preguntas que escucho de los trabajadores en algunas fábricas que visito es ¿por cuánto tiempo tendremos el trabajo? Otra es de los empresarios, ¿cómo seguir en la competencia cada día más FUERTE interna y externamente?

ACTITUD… esta palabra es la gran respuesta para la mayoría de los interrogantes. ACTITUD es estar dispuesto a comportarse diferente, es un procedimiento que conduce a un comportamiento en particular de una intención y acción que lleva a un propósito.

La ACTITUD determina la vida anímica y química de cada persona en una comunidad, este comportamiento repetido de manera diaria forja el CARÁCTER y así el destino, CARÁCTER está en el ADN de los empresarios SANTANDEREANOS.

Foto Especial para el Periódico El Peletero. Los fabricantes de zapatos mueven la economía de Santander.

La gran mayoría de las empresas de calzado en la Zona Metropolitana de la capital de Santander son pequeñas, pero pequeño no significa débil, recordemos a David que le dio en la 'jeta' a Goliat porque supo utilizar la herramienta con una intención y un propósito.

¿Podemos enfrentar el Goliat asiático, chino o cualquier otro Goliat? Por supuesto que sí se puede, son nuevos retos porque son dos opciones, ENFRENTAR LOS NUEVOS RETOS O CERRAR. Esto se enfrenta con ACTITUD siendo PRODUCTIVOS CON SISTEMAS PRODUCTIVOS, esto forma parte de la INNOVACIÓN dentro de las fábricas, la mayor producción en nuestra región es de calzado sintético, un zapato en sintético se puede y se debe hacer con CALIDAD en toda su estructura sin que se suban los costos si se tiene un buen sistema, lo que sale muy CARO es hacer un zapato que se despegue a los 2 meses de prueba de uso o que en este mismo tiempo esté desfigurado como un 'chocato' viejo que tenga mala vejez por no tener una buena estructura interna y no utilizar nuevas materias primas.

Las herramientas están a la mano de todos, son SISTEMAS PRODUCTIVOS sencillos de implementar CON POCA INVERSIÓN y mucha ACTITUD al cambio; por ejemplo, SISTEMA STRING, o JARETIADO, ideal para fabricar calzados deportivos en sintéticos, textiles, lonas etc.

SISTEMA STROBEL, también para sintéticos y se puede implementar en fabricación de calzado en cuero.

SISTEMA CENTRO MONTADO, es el tradicional montado a pinza. En cualquiera de estos SISTEMAS lo importante es poder sacar los zapatos rápido de la horma utilizando nuevos materiales de punteras y contrafuertes TERMOADHERIBLES en la estructura de la capellada que permitan descalzar rápido sin que se pierda la horma; asimismo no se necesita tener muchas hormas.

Los anteriores sistemas no requieren de una gran inversión inicial, es muy importante que se enfrenten a estos nuevos retos y se asesoren bien, visiten otras fábricas que ya implementaron estos sistemas, escuchen sus experiencias, consulten por Google toda la información y tecnología que está al alcance de todos, salgan temprano a visitar los stands de la feria que ofrecen estas tecnologías, saquen el tiempo para asistir a los conversatorios de productividad y calidad. Si queremos ser PRODUCTIVOS E INNOVAR no podemos seguir sacando los zapatos de la horma de un día para otro con el sistema tradicional, este deja atrás mejorar la calidad, la posibilidad de ser más competitivos y asegurar la sostenibilidad, no más quejas y más acciones.

Con un escenario competitivo, con zapatos bien hechos de calidad, con buen confort, no importa que sean en sintético; la calidad se repite y la capacidad de cumplimiento permite mirar otros mercados para exportación, recordemos que este es otro reto que se puede enfrentar si se está preparado con un gran beneficio para los exportadores por el precio del dólar.

No podemos seguir pensando a la hora de invertir en TECNOLOGIA que es un gasto, cuando esta es la que aumenta la producción. En temporadas de alta producción es complicado conseguir mano de obra, con un sistema productivo se estresa mucho menos la producción. El GASTO es cuando se realizan compras en otras máquinas que no aumentan la producción, sino que aumentan el EGO y los gastos.

Por lo anterior, para sostener y hacer crecer esta industria del calzado en nuestra región y ser más PRODUCTIVOS, es fundamental aplicar ya un comportamiento dispuesto a los pequeños cambios, esto no se hace de la noche a la mañana, pero pequeños cambios a diario van trayendo grandes logros futuros para la próxima década, ACTITUD.

*El autor de este escrito es experto en procesos productivos y tecnológicos de la industria del calzado

Valide la posibilidad de trasladarse a
COLPENSIONES y lograr una mejor pensión.
Sin costo
Consultenos su caso
LUIS EDUARDO OLARTE FRANCO
CONSULTOR PROFESIONAL
Tel: 316 5825784/313 3936556
Class Consultores Asociados
B/manga Cra 28 A No. 40-15 Of: 104 Tel:6350730
B/gta. Cra 24D No. 18-24 sur Of: 206 Tel:3616036
classconsultorespensiones@hotmail.com
¿TIENE DUDAS ACERCA DE SU PENSIÓN?

Es necesario que se activen todos los organismos del Estado para fortalecer el sistema moda

CRUZADA POR LOS ZAPATEROS COLOMBIANOS

. La dotación de 30 millones de pares de calzado debe manejarse directamente con los productores.

Por: Yeko Junior
Analista del Periódico El Peletero

Los 10 millones de cotizantes, entre empleados públicos y privados, que tiene Colombia, podrían cambiarle la historia a la industria del calzado, si las dotaciones son adquiridas directamente a los fabricantes.

Para lograrlo, los zapateros tendrán que dar el paso que tanto se les ha solicitado: asociarse. De lo contrario, las 5 organizaciones que licitan seguirán siendo las ganadoras por cumplir con los parámetros para negociar, a través de la Plataforma Colombia Compra Eficiente. "La desunión de los zapateros le ha permitido a quienes no hacen, sino que comercializan, manejar las dotaciones con el Gobierno; un millón 960 mil pares de calzado, es obligación tres suministros año, que suman unos 6 millones. Al igual que vestuario", manifiestan quienes sueñan con pertenecer a ese grupo de privilegiados; venderle al Estado, es negocio seguro, agregan.

¿De los 30 millones de pares de dotación de calzado, pese a que la Ley 80 exige que sea producto nacional, cuántos se producen en el país? La pregunta

tiene un fin: la fabricación de zapatos es cada vez menor, muchos productores medianos han desertado y a quienes les dan trabajo no quieren continuar porque no les pagan lo que realmente vale fabricar calzado. "Producir para que nos vean, a otro perro con ese hueso", se le escucha a quienes muestran intención de formalizarse y asociarse, y así dignificar la industria zapatera, en la que la mano de obra escasea; los operarios quieren mejor calidad de vida, la cual depende de los ingresos, mientras que los jóvenes no quieren saber nada de esta profesión.

Hoy, el camino para producir un poco de los 30 millones de pares de zapatos en dotaciones –que cuestan unos 15 billones de pesos-, sería el de una organización que cumpla con todos los protocolos. Que certifique respaldo económico, que es una piedra en el zapato; de ahí que pocas, por no decir que ninguna, empresas especializadas apunten en una licitación, por ejemplo, de 5 mil millones de pesos… en cambio, si se divide la torta entre 5 es más fácil que las pymes entren a competir. "Las dotaciones de calzado del gobierno y demás, en manos de los zapateros, sería otro cantar… organicémonos", dicen los actores del sistema moda: cuero, calzado y afines; textiles, confecciones y sus componentes, que buscan que se les reconozca su labor socio económica.

La industria del calzado de Colombia marcha a paso lento, pero con la fe puesta en una reactivación, que será posible si nos unimos. La meta de producir 100 millones de pares no es una fantasía; si entramos en la formalidad, lo lograremos.

Los confeccionistas se unieron y las dotaciones estatales en vestuario, básicamente, son de su resorte, por la decisión de los empresarios de asociarse en la Cámara Colombiana de la Confección.

PROINCALZA S.A.S.

Somos la empresa líder en el mercado, brindamos un excelente servicio, tecnología y productos de la más alta calidad, siempre pensando en el beneficio del consumidor final.

www.proincalza.com.co

Productos para suelas

Poliresinas SAN LUIS
Kemi
Liko

Máquinas para suelas e Inyección al corte

STEMMA
INJEMAQ Disponibilizando Soluções

Máquinas para fabricación de Calzado y Marroquineria

POPPI MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS
IVOMAQ

Insumos

INTERTES
RIFRA NASTRI
INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI

Carrera 72J BIS No. 36 - 53 Sur Barrio Carvajal
+57 1 453 06 96 Ext. 105.
+57 1 543 10 81
+57 311 540 59 72
ventas@proincalza.com.co
www.proincalza.com.co

PROINCALZA S.A.S.

Fue homenajeado durante la celebración de los 50 años de Incap

ROBERTO ERHLICH, CATEDRÁTICO DE LAS VENTAS

. Impulsó la marca Maxón, que es pegue seguro en la industria del calzado.

Por: Sabelotodo
Analista del Periódico El Peletero

El legado que dejó el considerado mejor gerente comercial, continúa de moda en Incap 50 años después, una de las empresas de adhesivos más importantes de Colombia, en la que don Roberto Erhlich dejó una huella imborrable como jerarca de ventas durante más de 20 años.

Erhlich, un hombre creativo, carismático, muy capaz en la parte técnica y excelente ser humano, además de darse a la tarea de posicionar los productos Incap, tuvo la sabiduría y la paciencia para capacitar al actual equipo de ventas, que lo recuerdan como un 'padre', por su nobleza y clase para trasladarle conocimientos sobre cómo llegar al mercado y de allí al consumidor; secretos que solo tiene don Roberto, dicen sus discípulos… alumnos.

A don Roberto, sus compañeros –liderados por Carlos Fernández- le celebraron los 62 años de vida –el 18 de noviembre de 2019-, en el barrio Restrepo, al que asistieron empresarios, peleteros, zapateros y marroquineros. Erhlich agradeció el gesto y ante la pregunta del Periódico El Peletero sobre cómo observaba el desarrollo de la industria del calzado y afines, elogió el esfuerzo de los empresarios y le pidió al Gobierno esforzarse al máximo por la PAZ.

Foto Especial para el Periódico El Peletero. A la celebración de los 62 años de don Roberto Erhlich, en el barrio Restrepo, asistieron, entre otros, Reinol Montaño –Almacén Montaño- y Humberto Ríos –Peletería H. Ríos-.

Durante la partida del ponqué y el brindis, le llovieron aplausos y abrazos a este ejecutivo, que adora las ventas y es amante de los carros. Muchos recuerdan que don Roberto, en su camioneta, visitaba cada una de las peleterías ubicadas en el barrio Restrepo, en las que impulsó la marca Maxón, adhesivo que es preferido en la fabricación de zapatos… es un pegue seguro.

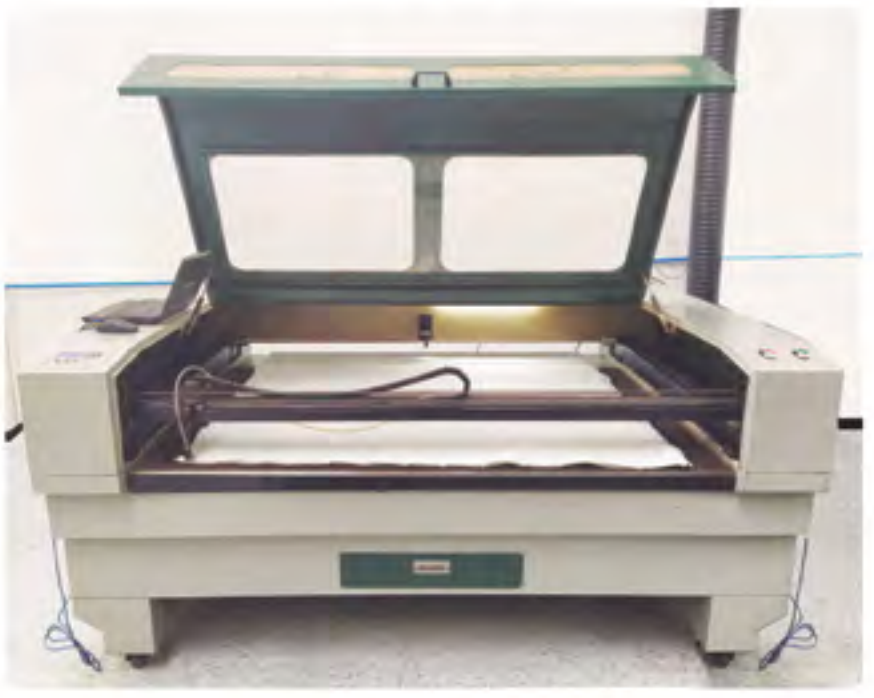
A los hermanos Erhlich –la doctora Susana y don Roberto-, durante la gran fiesta de los 50 años, los más de 100 empleados de Incap les entregaron una placa en reconocimiento y agradecimiento a su labor empresarial.

soany
The leather design

CORTE DE CUERO - CORTE DE SINTÉTICO - CORTE DE TEXTILES
DIGITALIZACIÓN - ESCALADO - MOLDES EN CARTULINA

FLASH CUT

LÁSER



RESPUESTA RÁPIDA

VISÍTANOS Y CONOCE NUESTRAS INTALACIONES, CONTAMOS CON LA INFRAESTRUCTURA Y LA EXPERIENCIA PARA PODER SER TUS ALIADOS

Carrera 26 No. 16 -30 Sur Barrio Restrepo Celular: 3103120370 Bogotá
calzadosoany@hotmail.com

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

Vitaminas para Empresarios

¿QUÉ NOS DEJÓ LA LEY DE CRECIMIENTO ECONÓMICO 2010 DE 2019?

Por: Erwin Ureña Rivera
Análisis Especial para el Periódico El Peletero

Conocer cuáles son los derechos y obligaciones en materia tributaria, es inevitable. A los empresarios, no sólo del sistema moda: cuero, calzado, textiles y confeccionistas, sino de otras líneas de la economía, los invitamos a leer este artículo.

¿VUELVE EL BENEFICIO DE AUDITORÍA?

Para los períodos gravables 2019 a 2020, la liquidación privada de los contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios que incrementen su impuesto neto de renta en por lo menos un porcentaje mínimo del treinta por ciento (30%), tendrá un beneficio consistente en la firmeza de la declaración de 6 meses.

Si el incremento del impuesto neto de renta es de al menos un porcentaje mínimo del veinte por ciento (20%) en relación con el impuesto neto de renta del año inmediatamente anterior, la declaración de renta quedará en firme dentro de los doce (12) meses siguientes a la fecha de su presentación.

¿LA DIAN REALIZARÁ DEVOLUCIÓN AUTOMÁTICA DE SALDOS A FAVOR?

La DIAN proferirá el respectivo acto administrativo que da derecho a la devolución automática, dentro de los 10 días hábiles siguientes a la fecha de radicación de la solicitud, de los saldos a favor originados en las declaraciones tributarias del Impuesto sobre la Renta y del Impuesto sobre las Ventas (IVA), siempre y cuando cumpla con los siguientes requisitos:

Tengan implementado el sistema de facturación electrónica.

No representen alto riesgo de acuerdo con la DIAN.

Más del 85% de sus costos o gastos provenga de proveedores que facturen electrónicamente.

¿EN QUÉ CONSISTE EL BENEFICIO DE EDUCACIÓN PARA LOS EMPLEADOS?

Las siguientes deducciones serán aceptadas fiscalmente siempre y cuando se encuentren debidamente soportadas:

a. Los pagos destinados a programas de becas de estudios totales o parciales y de créditos condonables para educación, establecidos por las personas jurídicas en beneficio de sus empleados o de los miembros del núcleo familiar del trabajador;

b. Los pagos a inversiones dirigidos a programas o centros de atención, estimulación y desarrollo integral y/o de educación inicial, para niños y niñas menores de siete años, establecidos por las empresas exclusivamente para los hijos de sus empleados;

c. Los aportes que realicen las empresas para instituciones de educación básica- primaria y secundaria y media reconocidas por el Ministerio de Educación, y las de educación técnica, tecnológica y de educación superior que cumplan con los requisitos establecidos por el Ministerio de Educación, y que se justifican por beneficiar a las comunidades y zonas de influencia donde se realiza la actividad productiva o comercial de la persona jurídica.

¿EN QUÉ CONSISTE EL BENEFICIO DE LA DEDUCCIÓN PARA EL PRIMER EMPLEO?

La Ley de Crecimiento Económico establece como beneficio tributario deducir el 120% de los pagos realizados a jóvenes menores de 28 años bajo las siguientes condiciones:

. Los jóvenes deben ser menores de 28 años y no tener experiencia laboral.

. Contar con la certificación de primer empleo expedida por el Ministerio de Trabajo.

. La contratación debe realizarse una vez entre en vigor la ley.

. El salario mensual no puede exceder de $4.094.805.

¿CUÁL ES EL BENEFICIO DE LA DEDUCCIÓN DE LAS TASAS DE RENTA PARA LAS EMPRESAS?

Las tasas de renta para las empresas se reducirán de la siguiente forma:

Para el año gravable 2020 la tasa será igual al 32%

Para el año gravable 2021 la tasa será igual al 31%

Para el año gravable 2022 la tasa será igual al 30%

Habrá tarifa especial para hoteles nuevos del 9%, parques temáticos, ecoturismo y muelles náuticos.

¿EN QUÉ CONSISTE EL BENEFICIO DE LOS TRES DÍAS SIN IVA?

La ley estableció las condiciones para optar por el beneficio de los tres días sin IVA, es importante resaltar que los tres días no serán consecutivos y serán tres días durante el año que serán fijados por la DIAN.

Las fechas sin IVA todavía deberán ser definidas por la DIAN. La norma se aplicará a ventas en locales comerciales físicos y al detal en el territorio nacional, entregando el bien en persona al comprador el mismo día.

El establecimiento de comercio deberá tener implementada la factura electrónica y el pago debe hacerse con tarjeta débito, crédito u otro mecanismo de pago electrónico. El comprador puede adquirir hasta tres unidades del mismo bien, es decir, de la misma referencia y marca.

Solo aplicará para las listas establecidas por la DIAN de los siguientes productos y hasta los siguientes montos:

- Electrodomésticos no podrán exceder de $1.424.000

- Útiles escolares no podrán exceder de $107.000

- Elementos deportivos no podrán exceder de $356.000

- Juguetes no podrán exceder de $178.000

- Vestuario, excepto materias primas, no podrá exceder de $ 356.000

¿QUÉ IMPACTO TIENE LA REFORMA EN LA VENTA DE LOS BIENES INMUEBLES?

Con la Ley 1943 de 2018 se creó un impuesto al consumo del 2% sobre el valor de la venta cuando el bien inmueble superaba $918.436.000. Ahora la Ley de Crecimiento Económico del año 2019, quitó este artículo, es decir ya no se debe pagar este impuesto al momento de la venta.

Es importante aclarar que a partir del año 2020 los notarios exigirán al momento de la venta del bien la consignación bancaria efectiva con la que se hizo la transacción; si no se tiene la consignación no se podrá realizar el traspaso del bien inmueble.

¿DESAPARECE EL CONCEPTO DE RÉGIMEN SIMPLIFICADO?

Sí, desaparece el concepto de régimen simplificado y régimen común del impuesto a las ventas, ahora son responsables de IVA y no responsables. Los no responsables siguen con las mismas pautas, a la fecha no se puede pasar de ingresos superiores a 3.500 UVT es decir $119.945.000 del año inmediatamente anterior, y no debe tener consignaciones bancarias superiores a este valor, de lo contrario será clasificado como responsable de IVA régimen común.

¿CUÁL ES EL PORCENTAJE DE LA BANCARIZACIÓN?

En este momento es muy importante que los empresarios tomen conciencia del tema de la bancarización. Para que la DIAN les acepte los costos y gastos en la declaración de renta, la bancarización debe estar en 80% del valor total de los costos y gastos.

Es decir, nóminas, seguridad social, arriendos, servicios, pago a proveedores todo debe estar bancarizado.

Adicional se ratificó la reglamentación del régimen simple y la facturación electrónica. Es importante aclarar que las empresas que quieran acogerse al sistema de Régimen simple deben tener implementada la facturación electrónica.

Y en materia de facturación electrónica a partir del 2020 estarían obligados a expedir la factura electrónica con validación previa:

. Responsables del IVA.

. Responsables del impuesto nacional al consumo.

. Personas o entidades con calidad de comerciantes, que ejerzan profesiones liberales o presten servicios relacionados con la misma y enajenen bienes producto de actividades agrícolas o ganaderas, independientemente de si son contribuyentes o no de los impuestos administrados por la DIAN.

. Tipógrafos y litógrafos que no sean responsables del IVA.

. Contribuyentes del Régimen Simple de Tributación.

. No obligados a expedir factura electrónica, que opten por hacerlo voluntariamente.

Como verán, entraron a facturar electrónicamente los tipógrafos y litógrafos que no estaban en el anterior decreto y se hacen algunas modificaciones a las facturas de papel.

Aclaro que a la entrega de este escrito el proyecto de resolución no había sido aprobado.

Cualquier aclaración al celular 311 452 16 70, o en nuestra página web www.talcongroupsas.com

ITALIAN SHIPPING CARGO LTDA.
Est. 1998
International Freight Forwarders

www.italianshipping.co

Especialistas en Logística y Transporte Internacional de Maquinaria, Insumos y Accesorios para la Industria del Cuero, el Calzado y la Moda. Nos caracterizamos por tener una Visión Global en este 2020 y nos distinguimos por ser el mejor Operador Logístico Internacional.

FILIAL DE:
FRANCO VAGO
INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS

INTERCARGO DE FRANCA
FREIGHT FORWARDER

CASA MATRIZ
Calle 64 C Bis No. 85 J - 87
PBX: (+571) 544 9009
info@italianshipping.co
Bogotá D.C. / Colombia

CargoTrans
PENAVICO

IATA AGENTE DE CARGA
DIAN ACI No. 001
BASC
certicámara. Validez y seguridad jurídica electrónica

VISIÓN GLOBAL 2020

ITALIA ESPAÑA PORTUGAL SUIZA ALEMANIA HOLANDA REINO UNIDO ARGENTINA CHILE
MEXICO PANAMA ESTADOS UNIDOS CHINA JAPON COREA INDIA CANADA COLOMBIA

ASIA
EUROPA
AMÉRICA
OCEANÍA

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

Los fabricantes de calzado y las manufacturas en cuero deben conocer los mercados

QUE HACER PARA INTERNACIONALIZAR SU EMPRESA, SU OFERTA

.Antes de exportar, conozca los pasos a dar.

Por Ciro Ernesto Patiño
Analista de mercados, Presidente ACPE. Atlanta GA USA / Bucaramanga Colombia

Para quienes no tienen experiencia exportadora internacionalizar su empresa y su oferta no es difícil si se hace de la mano de expertos, gente cargada de experticia y magistralidad… de lo contrario se entra en el proceso prueba error que es el más aventurero y costoso, por demás fantasioso y estresante.

Internacionalizar una empresa tiene retos y se debe proyectar una estrategia sólida que permita identificar mercados de forma asertiva, coherente y cohesionable.

Son un sinnúmero de vías para lograrlo, y estas vías dependen de los niveles de producción (todos tienen posibilidades), dependen también de la variedad, calidad y cualidad de la oferta exportable… y diferenciación de precios (conocer a la competencia).

Dicho lo anterior es necesario tener identificadas todas las variables, para que estas guíen nuestra oferta focalizándose en mercados objetivos certeros.

En caso del calzado colombiano y las manufacturas es necesario que el industrial o comercializador conozca los parámetros de la demanda de su mercado objetivo, una vez obtenido este conocimiento, surgen los aspectos legales (documentación y requisitos de país destino, y la documentación en país de origen) y una vez conocido esto planear las estrategias de búsqueda... penetración... construcción... desarrollo y sostenibilidad de mercados.

También es cierto que existe una práctica de dirigir ofertas para jalonar, atraer y consolidar mercado, y es a través de procesos de mercadotecnia comunitaria APLICADA de forma relacional, racional y territorial… cuando aparecen entonces opciones de Distribuidores territoriales, Venta directa a tiendas y dealers, Dealership, Agentes comerciales, Broker business, etc., y la mejor estrategia es la que nos conduce a mercados sin intermediarios mercantiles ya que son estos "quienes encarecen los productos".

Ciro Ernesto Patiño

El manejo del factor cambiario (divisas) genera oportunidades o barreras, depender de este factor es un oportunismo de mucho riesgo… considere desarrollar estrategias que le permitan sostenerse en el mercado.

Las dificultades en una gestión exportadora solo son mentales… y estas se superan obteniendo el conocimiento en modo de tiempo real, magistral, claro conciso y concreto, que es lo que nos conduce a la asertividad.

Las verdaderas oportunidades de mercados internacionales, o lograr internacionalizarse con nuestros productos u oferta, dependen de la buena voluntad, también de la disponibilidad de "medrar" (aceptar errores y disponerse al cambio), desarrollar "M.E.I" (mentalidad empresarial internacional) y sagacidad para aprovechar las oportunidades que esta gestión exportadora genera.

Aprender a exportar EXPORTANDO. Existen métodos y nuevos paradigmas donde se aprende a exportar exportando… pero llevados de la mano bajo métodos de COACHING pro Internacionalización, con esta premisa hemos creado ACPE (Asociación Colombiana de Pequeños Exportadores)

QUIENES POSEAN EXPERIENCIA EXPORTADORA

Saben por experiencia propia los pasos a seguir, para algunos ha sido difícil y para otros fácil internacionalizarse, de hecho la facilidad se basa en APLICAR LA LOGICA DE LOS MERCADOS y EL CONOCIMIENTO PREVIO DE LOS PROCESOS.

Quien han logrado exportar, deben saber que hoy tenemos un cliente y mañana no sabemos, los mercados internacionales son tan inverosímiles como cambiantes... y se soportan bajo las leyes de la oferta y la demanda, por lo tanto, nadie garantiza la fidelidad de sus clientes, a menos que su estrategia se fundamente en BRANDING y diferenciación de precios.

¿QUIÉNES FRACASAN EN SU GESTION EXPORTADORA?

Fracasan los aventureros sin medida y sin control; una gestión exportadora requiere de planificación estratégica.

Fracasan los oportunistas y los llamados acomodados y arribistas; para ser INTERNATIONAL TRADER (hombres o ejecutivos de negocios internacionales) se requiere de humanidad y sensatez… coherencia, cohesión… aplicar los protocolos de negocio acordes a su NIVEL y PERFIL DE MERCADO.

EL DOGMA VS. MAGISTRALIDAD (Practicidad)

Una cosa es el tablero de clases, la academia, los textos, o la teoría con retórica, incluso anacrónica, y otra muy diferente la magistralidad o experticia. Aguas mansas no hacen buenos marineros, estos se forman y se forjan en aguas turbulentas; y así como los mejores metales son aquellos que han superado la prueba del fuego, que es donde se adquieren las virtudes, una buena gestión exportadora se logra desde la base de la MAGISTRALIDAD Y EXPERTICIA, con preceptos de mercadotecnia aplicada al caso de cada cual.

PROCESOS DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Su grado de complejidad se ve superado por la experticia de quien los ejecuta, de la misma forma que un padre no le suelta las llaves de su auto a un hijo que no sepa conducir; ¿por qué soltarle las riendas de su OFERTA a inexpertos? No se arriesgue a perder.

La mercadotecnia internacional es una enorme debilidad a la hora de planificar una gestión exportadora, esta exige la lógica de los mercados; no se deje guiar por ciegos de la lógica de los mercados.

Para explicar mejor los procesos de Mercadotecnia Internacional aplicada, se necesita mucho espacio y acá es muy limitado… por demás la mejor forma de explicarlo es por vía MAGISTRAL, con el caso de cada cual. Por esta razón, si su interés es APRENDER A EXPORTAR…EXPORTANDO y/o AMPLIAR COBERTURA DE MERCADOS consúltenos en el móvil 318+3333580 o escríbanos al correo acpe.expoorter@gmail.com

FERIA DEL CALZADO, CUERO, MARROQUINERÍA, INSUMOS Y TECNOLOGÍA

41 Versión IFLS + EICI 23 Versión

OTOÑO - INVIERNO 20/21

4-6 FEBRERO 2020
Corferias - Bogotá

Organiza
ACICAM

www.ifls.com.co

acicamcolombia acicamoficial acicam_col @acicam

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

El gobierno nacional, más que hablar debe escuchar

EN LOS ZAPATOS DE LOS QUE MARCHAN

¿Recuerdan empleados y fabricantes de calzado saliendo del Barrio Restrepo a marchar?

Por: Murakami
Analista del Periódico El Peletero

La pregunta no está mal formulada. De las marchas históricas del sector del calzado en Bogotá, de una en particular, hablan los dueños de empresas tradicionales, verdaderos iconos de la actividad en el Barrio Restrepo: "marchamos casi todos" recuerda con cierta nostalgia alguno.

"Es que no nos quedó de otra", complementa otro mientras saborea el tinto. "Eso no fue hace mucho. Los "chinos" nos estaban "barriendo" y se decía mucho pero nadie hacia nada", comentó mientras salía para ir a atender un potencial cliente el más veterano de los presentes.

No fue una entrevista programada, fue un encuentro casual, como los que ahora pocas veces tenemos, pero como siempre para hablar del tema del momento, ayer del fútbol, de la feria, del gremio, hoy del tema que nos ocupa a todos, con las preguntas que nos hacemos todos: ¿qué le pasa al país y para dónde realmente quiere ir este gobierno?

Hay consenso: el gobierno nacional debe sentarse más que a hablar , a escuchar y procesar lo que le está diciendo la gente que hoy, tal vez como pocas veces, está marchando en las calles del país. Y me refiero a todos los marchantes: la gente buena, la no tanto y los que están ahí, ellos si al servicio de causas e intereses ajenos a los de la marcha.

QUIEN PODRÁ DEFENDERNOS

Y, en nuestro caso del sector del calzado, muchos repitiendo lo que venimos debatiendo sobre informalidad, precariedad del empleo, pérdidas de competitividad y falta de apoyo pertinente y efectivo y que tantas veces se le ha planteado al gobierno nacional y distrital en las marchas que ellos también han hecho por el barrio, en compañía de políticos y dirigentes que han hecho de ellas el ejercicio pre electoral recurrente.

Pero volvamos a mis interlocutores del tinto de cualquier mañana reciente: Todos salieron alguna vez a marchar y recordaban la del año 2013 como la más grande del sector, la que como pocos políticos en actividad proselitista logró prácticamente llenar la Plaza de Bolívar.

¿Empresarios castro - chavistas de la época? ¿Potenciales anarquistas? ¿Ingenuos azuzados por fuerzas oscuras? ¿Inconscientes desconocedores del derecho de los no marchantes? O, definitivamente, gente de bien, conocidos por todos; el de la esquina… el de la otra cuadra, el de a la vuelta de la iglesia, ese conocido, ese señor, ese amigo. Es evidente que hubo motivación y hasta respaldo de la administración de la ciudad pero, para la mayoría de los contertulios del tinto, más en un acto de oportunismo político en busca de reconocimiento público que de identidad y compromiso real con los motivos de la marcha.

¿QUE LOS HACE TAN DIFERENTES A LOS MARCHANTES DE HOY?

De fondo poco o nada: necesidades apremiantes, justas reivindicaciones y sobre todo el uso de un irrenunciable derecho que les permite, cuando todos los caminos se han agotado y no se han logrado satisfacer las necesidades, marchar para alzar la voz y en un escenario de democracia en su máxima expresión, como constituyente primario que son, hacerse escuchar.

Las marchas de hoy, y en eso cada vez existe mayor consenso, están cargadas de la frescura del pensamiento juvenil y de la presencia de gente que nunca marcho por reivindicaciones diferentes a la del clamor por la paz, como en el 2008 o de pronto de manera puntual en alguna de las más de 700 marchas registradas en el país en los últimos 25 años con la misma idea de reclamar a los diferentes actores el fin de un conflicto de más de 70 años y la construcción de paz.

Con las marchas de hoy, como lo señaló Antanas Mockus en una entrevista para la Revista Semana a propósito de las implicaciones de la marcha de 2008, estamos redescubriendo "el poder de la acción ciudadana". "Señalaba Antanas: "Tal vez el mundo evoluciona cada vez más a acciones colectivas y ésta (la de 2008) es la más importante en mucho tiempo".

MÁS ALLÁ DE LA PAZ

Las de hoy, parafraseándolo, tal vez, solo comparables con las de 1977, son las más importantes en la historia reciente del país motivadas por temas diferentes a las paz y son la expresión de la gente que en su mayoría considera que el país va mal. Así lo confirman encuestas de opinión como las de Gallup, hecha con ocasión del paro nacional del 21 de noviembre pasado, en las que se registra que el 56% de los colombianos no está satisfecho con su estándar de vida y, lo que es más preocupante aún, el 79% considera que las cosas van empeorando. Hay razones para marchar para quienes no tienen un empleo en un país con la tasa de desempleo llegando de nuevo a niveles cercanos a los dos dígitos y donde el 89% de los colombianos afirma que el desempleo empeora. Sin hablar de lo que implica dicha insatisfacción en términos de salud, educación pensiones, ambiente de negocios, corrupción, impuestos, contrabando, acceso al crédito y a nuevos mercados, para poner solo algunos de los elementos que hacen parte de la canasta de insatisfacción de los colombianos: empresarios y no empresarios.

CONFIANZA Y LIDERAZGO

Hay razones para seguir marchando y para expresarse. Pero también fundadas razones para dudar de las acciones de corto plazo que modifiquen la realidad expresada.

Seguirá el diálogo pero preocupa que se quedé ahí si el interlocutor no es validado en un escenario de confianza y liderazgo que permita esperar procesos de cambio acordes con lo que expresan los manifestantes.

La duda mayor sobre la efectividad de la respuesta este precisamente en el desconocimiento de un liderazgo efectivo en un gobierno con una imagen desfavorable cuya gestión es desaprobada por el 70% de los colombianos (Solo el 24% la aprueba) y donde las alternativas políticas de derecha e izquierda están hoy, del mismo modo, cuestionadas y desaprobadas por la mayoría de los colombianos. Las alternativas de centro con una relativa mejor calificación no son consideras hoy por los colombianos como opción real y consolidada.

Hay razones para marchar en el sentir de los colombianos (74% está de acuerdo con las manifestaciones) y consenso sobre temas fundamentales: el ejercicio del derecho de los que marchan (96%) y el rechazo a las acciones violentas de las minorías (99%), independiente de donde vengan.

PUNTILLA:

Si el 70% desaprueba la gestión del presidente –Iván Duque Márquez- valdría la pena indagar la percepción de los colombianos en general y de los empresarios en particular sobre su equipo de gobierno, en todos los niveles, pues existe consenso, por lo menos entre los contertulios del tinto, que hay más presidente que presidencia.

Expo
CUERO 2020
BUCARAMANGA, COLOMBIA
CALZADO OFICIAL
CONCURSO NACIONAL DE BELLEZA®
Cartagena de Indias - Colombia, Desde 1934
ASOINDUCALS
FERIA INTERNACIONAL DEL CUERO
CALZADO Y LA MANUFACTURA
International Leather & Shoes Fair and Manufacture
Febrero 25, 26, 27 y 28
NEOMUNDO
CENTRO DE CONVENCIONES
HECHO A MANO
FEDERAL 2020
Mi calzado Colombiano
Hecho con calidad.
ASOINDUCALS
Asociación de Industriales del Calzado & Similares
propaís
FEDECUERO
Alcaldía de Bucaramanga
instituto municipal de cultura y turismo
PROCOLOMBIA
COORDINADORA
Neo Mundo
CALZAMOS EL MUNDO DEJANDO HUELLA DE NUESTRO PAÍS...

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996

Claudia López, alcaldesa de Bogotá, deberá aprovechar la fuerza de las Mypimes

OPORTUNIDAD PARA RETOMAR EL RUMBO PRODUCTIVO

. El Distrito tiene que ser un referente de la pequeña economía nacional.

*Por: Zoilo Pallares Villegas**
Economista. MSC Relaciones Internacionales

Foto Especial para el Periódico El Peletero. La alcaldesa de Bogotá Claudia López es consciente de que la productividad es vital.

Zoilo Pallares Villegas

Claudia López -como primera mujer elegida popularmente para la alcaldía de Bogotá en toda su historia-, el equipo de trabajo que la respaldó y las fuerzas políticas que la llevaron al Palacio Liévano, auguran una nueva oportunidad para que su administración retome el apoyo al sector productivo y lo renueve desde las localidades, y particularmente las Mipymes, realizando una gestión eficiente en los próximos 4 años.

Como ciudadanos corrientes, de a pie, pero cercanos a los pequeños productores nacionales, nos atrevemos a sugerir algunas propuestas para que el Distrito fortalezca las economías de las localidades y el liderazgo económico nacional, principalmente.

IMPORTANTES SUGERENCIAS

EN PRIMER LUGAR, rescatar y repotenciar los esfuerzos y trabajos realizados por anteriores administraciones con recursos de los Fondos de Desarrollo Local para desarrollar las mipymes, mejorar la productividad y apoyar los emprendimientos desde las localidades. En su momento, en el Distrito y en varias de sus localidades funcionaron, con relativo éxito, las que se denominaron Unidades Locales de Desarrollo Empresarial (ULDES), posteriormente denominadas Unidades Locales de Emprendimiento y Productividad (ULEP, siendo quizá la más exitosa de estas últimas experiencias la realizada en la Localidad de Suba. Los Fondos y las ULDES-ULEP podrían ser unos motores locales que impulsen el desarrollo en las 20 localidades de Bogotá en el corto y mediano plazo, a partir de una buena selección de los administradores o alcaldes locales, sus ediles y los programas y proyectos que requieren en la actualidad cada una de ellas acordes con sus respectivas necesidades. Y serían formas organizativas de gobernanza local que integrarían en las mismas al sector público, privado y al social-académico, complementarias, pero a la vez independientes, de los manejos partidistas, burocráticos y corruptos que puedan existir en dichas localidades.

SEGUNDO, complementario del primero, recuperar los estudios y experiencias desarrolladas sobre las aglomeraciones empresariales existentes en Bogotá, a partir los estudios del CID-UN, que permitió la concentración de esfuerzos y dineros en programas asociativos sectoriales - locales, con relativo éxito también, en zonas como el Restrepo ampliado con la cadena de cuero, calzado y marroquinería; la textil y confección en el Policarpa y Ciudad Bolívar, o las Artes gráficas en la zona del Ricaurte y la Estrada, lo mismo que muebles y madera en el 12 de Octubre, entre otras, de las más de 150 aglomeraciones identificadas sectorial y espacialmente en toda la ciudad.

TERCERO, que esta política pública, estratégica, o como se le quiera denominar, de incentivar la producción local y las empresas nacionales durante el periodo de gobierno, liderada desde la Secretaría de Desarrollo Económico Distrital, acompañada de claras políticas de estímulo a estas Mipymes como altas generadoras de empleo y valor agregado (como serían implementar las compras distritales de este tamaño de empresas, brindarles facilidades de créditos, blandos y acordes a sus ciclos productivos, apoyando efectivamente el fomento de la innovación y el acceso a nuevas tecnologías), medidas que se pueden considerar sencillas y rápidas de ejecutar, que permitirían que más del 95% de los establecimientos que funcionan en Bogotá, reciban un aire fresco, renovado, que les permita sobrevivir y crecer en el entorno difícil creado para estas empresas por parte de los gobiernos nacionales y la globalización (altos costos tributarios, de servicios públicos, de tasas de interés, tramitología, etc.) que se ha centrado básicamente en favorecer con grandes proyectos, esencialmente a los grupos monopólicos nacionales y a las empresas transnacionales, ubicadas temporalmente en este territorio.

CUARTO, conocedores que las Mipymes y el sector cooperativo y solidario son la verdadera columna vertebral de la economía bogotana, y también de la regional y nacional, creemos que amerita considerarlos como los grandes aliados de esta estrategia económica orientada a desarrollar y fortalecer el tejido productivo, la asociatividad y las cadenas de valor regional, junto con los gremios, asociaciones y las universidades con presencia local, para buscar disminuir el desempleo y aumentar la seguridad ciudadana con formas distintas a las solamente represivas para atacar la violencia, el robo, el atraco y el crimen organizado en la ciudadanía, junto con las fuerzas del orden, a partir de la estabilización y generación de nuevos trabajos, emprendimientos y ocupación en los jóvenes, mujeres, inmigrantes y demás población residente en cada localidad.

PROFUNDOS CAMBIOS

El periodo del 2020 al 2025, tiempo coincidente con el del nuevo gobierno inaugurado, lo están pintando muchos analistas internacionales como de profundas transformaciones y cambios, económicos, políticos y geopolíticos, en los países y sociedades, por tanto, quienes mejor interpreten el sentir de estas últimas, junto con los signos de estos tiempos, serán las que logren vadear las turbulentas y borrascosas aguas que ya se están moviendo, y llegar a nuevos puertos seguros: Los del apoyo popular y lograr avanzar en esta difícil coyuntura económica, social y ambiental.

GABINETE, CON EL COMPROMISO DE AYUDAR A TRANSFORMAR A BOGOTÁ

Juventud y preparación caracterizan, básicamente, al equipo que trabaja hombro a hombro con la mandataria.

El gabinete, conformado por 8 damas y siete hombres, según los analistas, tiene todos los méritos para hacer de Bogotá la verdadera 'Atenas Suramericana', mediante acciones, especialmente, a corto plazo. "La Capital tiene urgencias, en transporte, seguridad y productividad, entre otros, por lo que es necesario dinamizar las tareas", consideran quienes esperan con ansiedad la gestión de la mandataria, una mujer incluyente, que laborará para la gente… para todos y todas.

El equipo:

SECRETARIO PRIVADO Y JEFE DE GABINETE

Felipe Jiménez Ángel: Profesional en Gobierno y Relaciones Internacionales.

SECRETARIA GENERAL DE LA ALCALDÍA

Margarita Barraquer: Economista y Especialista en Gestión Pública.

SECRETARIO DISTRITAL DE GOBIERNO

Luis Ernesto Gómez: Economista y Politólogo

SECRETARIO DE SALUD

Alejandro Gómez López: médico con posgrado en Auditoría en Salud y Finanzas.

SECRETARIA DE EDUCACIÓN

Edna Bonilla: Contadora Pública, especialista en Gerencia de Impuestos.

SECRETARIA DE AMBIENTE

Carolina Urrutia: Politóloga con Maestría en Políticas Públicas.

SECRETARIO DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

Nicolás Montero: Antropólogo con estudios en Dirección Creativa.

SECRETARIA DE PLANEACIÓN

Adriana Córdoba: Especialista en Trabajo Social y Planeación Urbana.

SECRETARIO DE HACIENDA

Juan Mauricio Ramírez: Economista y Magister en Economía.

SECRETARIO DE SEGURIDAD, CONVIVENCIA Y JUSTICIA

Hugo Acero Velásquez: Sociólogo, experto en Seguridad Urbana y Ciudadana.

SECRETARIA DE INTEGRACIÓN SOCIAL

Xinia Navarro: Abogada, magister en Derecho Público y Especialista en Derecho Penal.

SECRETARIA DE LA MUJER

Diana Rodríguez: Sicóloga, Abogada y Economista.

SECRETARIA DE HÁBITAT

Nadya Rangel: Politóloga, Experta en Mercados y Políticas de Suelo.

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Carolina Durán: Economista y Máster en Relaciones Internacionales.

SECRETARIO JURÍDICO

William Mendieta: Abogado, Especialista en Derecho Constitucional.

Las esperanzas están puestas en la alcaldesa Claudia López, quien prometió empleo y desarrollo industrial

LOS ZAPATEROS DEL BARRIO RESTREPO, EN MANOS DE UNA MUJER

. Industriales del calzado necesitan ver al señor billete

Por: El Zapatero Soy Yo
Analista del Periódico El Peletero

El que le camina a todo aprende o se lleva una decepción. Los fabricantes de calzado y afines del barrio Restrepo, al sur de Bogotá, sobreviven por su astucia; el gobierno del saliente alcalde Enrique Peñalosa casi los descalza, sin desconocer que hubo buenas intenciones de 'Bogotá Para Todos', hasta cuando aparecieron unos genios que pensaron que los zapateros estaban aprendiendo y les hicieron creer que los llevarían al cielo y los regresarían a la tierra en un manto y con un costal repleto de billetes de todas las denominaciones, en una trasformación jamás vista, en la cual era prioritario que la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico invirtiera millones de pesos en cursos y visitas a las empresas para instruirlos en la parte organizacional. La tarea emocionó a los industriales del calzado, quienes pensaron que por fin se les había aparecido el 'ángel' que los convertiría en empresarios, que bien merecido lo tienen, por su labor.

En abril de 2017 comenzó a marchar el proyecto capitaneado por el abogado Juan Miguel Durán, jerarca de Desarrollo Económico, entidad que maneja los recursos para emprendimiento y crecimiento, en este caso del Gremio del Calzado. Durán hizo equipo con Ansecalz y Afines –presidido por Luis Alfredo Alba-, que aglutina la mayoría de zapateros de la Localidad de Antonio Nariño. El plan contemplaba la internacionalización, mediante una táctica que exigía el embellecimiento del comercio, al igual que los puntos de fábrica, que fuera atractivo para los turistas, que comprarían zapatos hechos en el Restrepo y artículos en cuero.

Se pensaba en grande con los zapateros, a quienes se les organizó una Feria del Calzado en la Plaza de Los Artesanos, auspiciada por la Secretaría de Desarrollo Económico y organizada por Ansecalz. El primer paso fue exitoso, lo cual dio para montar ferias de calzado en el Parque La Valvanera del Restrepo, prácticamente gratis para los expositores. La idea era excelente, los brochazos que se dieron en la pintada de fachadas ilusionó a empresarios y comerciantes, hasta cuando los zapateros se percataron de que el apoyo se suscribía a mostrarlos, que no había dinero para ampliar sus fábricas; a partir de allí se inició una incertidumbre, mucho más con la partida de Juan Miguel Durán, quien pasó a la Secretaría de Gobierno y lo reemplazó José

Foto Redacción Portal Bogotá. La suerte de los industriales del calzado y afines del barrio Restrepo está en los planes que adelante la secretaria de Desarrollo Económico del Distrito Carolina Durán.

Andrés Duarte. Durán dejó estructurado el programa, en el que la alianza Distrito, asociatividad y empresarios parecía infranqueable; Peñalosa firmó el Pacto Por El Restrepo, que hoy es solo recuerdos.

José Andrés Duarte cambió la temática, creó la gerencia del Pacto Por El Restrepo, y la confianza se perdió; los funcionarios de la Secretaría de Desarrollo se adueñaron de las ideas, dejando a un lado la asociación y a los zapateros formales, dándole cabida a otros, que avalaron cuanto plan les presentaban, situación que dejó mal parados a los verdaderos productores de calzado, que no encontraron la ruta que les cambiara el nombre de zapateros por el de industriales del calzado.

Para completar, el gobierno local ignoró por completo la productividad liderada por los zapateros, con el pretexto de que toda inversión era resorte de la Secretaría Desarrollo Económico, que el Fondo Local de Desarrollo no manejaba plata. Conclusión: el gobierno de la Localidad de Antonio Nariño, que comandó el abogado Eduardo Augusto Silgado Burbano, fue nefasto para los zapateros, confeccionistas y la productividad, dicho por empresarios, líderes y ediles.

'CHICHARRÓN' PARA DOÑA CLAUDIA

Ahora Bogotá, orientada por una mujer, deberá recuperar la competitividad. Los zapateros del Restrepo están en manos de Claudia López, quien ha prometido empleo y desarrollo empresarial, que será fácil de reconquistar; los inversionistas del sistema moda: zapateros y confeccionistas del Restrepo solo esperan que les digan qué hay que hacer y cuáles serán los apoyos. Están preparados para responder a las tareas que harán de Bogotá la ciudad súper turística, empresarial y comercial por excelencia. Y el Plan de Ordenamiento Territorial –POT- se tendrá que afrontar con mucho tacto para evitar que saquen a los zapateros y similares de la zona.

El Restrepo es símbolo del calzado, con más de medio siglo de tradición; habrá que acudir a esa madurez. Carolina Durán, nueva Secretaria de Desarrollo Económico, sabe del potencial que tienen los fabricantes de calzado, artículos en cuero y afines. "Claudia López hizo una magnífica elección. Carolina –Durán-, conoce el sector de la moda, esperamos de ella muchas cosas innovadoras", dicen los zapateros.

Peleteros, zapateros y confeccionistas del barrio Restrepo recibirán los apoyos necesarios de la JAL

LOS EDILES DE LA ZONA 15 RESPALDARÁN EL DESARROLLO EMPRESARIAL

La tónica de los integrantes de la Junta Administradora de la Localidad de Antonio Nariño -JAL- es bastante interesante: prometen apoyo total a los peleteros, zapateros, confeccionistas y comerciantes, lo mismo que a otros sectores productivos, lo cual es saludable y halagador. Los últimos dos gobiernos locales fueron displicentes con los industriales del calzado y afines, invirtieron poco en ellos, nada en productividad, y es la oportunidad para que los Ediles se reivindiquen y qué mejor que manifiesten abiertamente la intención de trabajar, sin importar el partido político, por el Gremio del Calzado, Textiles y Confecciones, que requieren de impulso con urgencia.

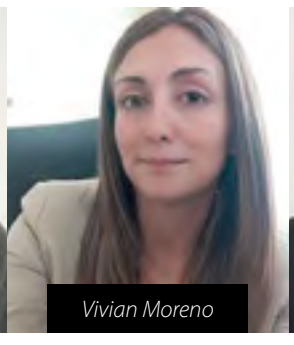
La JAL tiene una deuda con los zapateros y confeccionistas de la Zona 15, y prometen pagarla con acciones basadas en inversiones; 40 por ciento –de los 75 mil millones de pesos que serían manejados por el Fondo de Desarrollo Local-, se invertirían en productividad, tema que no hace parte del plan, pero que será priorizado en los Encuentros Ciudadanos, que se respetarán, sin importar el nuevo alcalde local, a quien los empresarios y la comunidad le piden, además de batallar por el bienestar de la gente, vías sin huecos, seguridad en los barrios, revivir la Semana Comercial del Restrepo, el Circuito Ciclístico Zapateros del Restrepo y el Día del Zapatero Colombiano, como expresión de cultura empresarial en una localidad en la que los zapateros, concentrados en el Barrio Restrepo y los confeccionistas en el Barrio Policarpa, garantizan progreso y calidad de vida a propios y extraños.

No hay duda de que la experiencia y conocimiento de los ediles William Pinilla, Vivian Moreno y Víctor Silva –reelegidos-, es básica. Mientras que los debutantes Carlos López, Diego López, Carlos Morales y Anyury Daniela Villamil Arteaga, se ponen a tono, para que la JAL marche como un reloj, en la elaboración y presentación de proyectos, que rompan el hielo en la Localidad de Antonio Nariño, que es sinónimo del sistema moda: zapateros, confeccionistas y afines, pese a las adversidades mandan la parada.

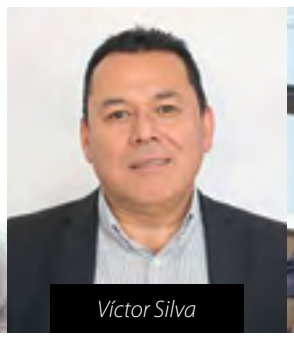
La disposición de los ediles es interesante; ya se habla de realizar la Feria Lunes del Zapatero del Restrepo y la Feria Martes del Textilero en el Policarpa, articuladas con las asociaciones y empresarios formales, con líneas de inversión del presupuesto participativo.

Habrá que sacarle el máximo provecho al Centro de Servicios Empresariales –antiguo Zasca-, que es propicio para mostrarle al mundo la creatividad de los zapateros y confeccionistas del Distrito y de Colombia.

William Pinilla



Vivian Moreno

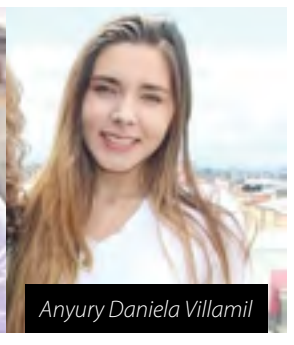


Víctor Silva

Carlos López

Diego López

Carlos Morales



Anyury Daniela Villamil

Revista - Periódico
El Peletero
Fundado el 22 de junio de 1996