

Informe Final del Seminario sobre la industria de la confección, la moda y el desarrollo económico en el Caribe

Copyright © SELA, noviembre de 2015. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.



SISTEMA ECONÓMICO
LATINOAMERICANO
Y DEL CARIBE



Informe Final



Cooperación Económica y Técnica

*Seminario sobre la industria de la confección, la moda y el desarrollo económico en el Caribe
Santa Lucía
1 y 2 de julio de 2015
SP/SFGIEDC/IF-15*

Copyright © SELA, julio de 2015. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

C O N T E N I D O

INFORME DE RELATORÍA	1
I. DESARROLLO DE LA REUNIÓN	1
II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9
III. CLAUSURA	12
ANEXO I. AGENDA	13
ANEXO II. PALABRAS DEL ING. ANTONIO LEONE DURANTE, COORDINADOR DEL PROGRAMA REGIONAL DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANAEMPRESA (PROGRAMA SELA-PYMES). SECRETARÍA PERMANENTE DEL SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE (SELA), EN LA SESIÓN INAUGURAL	21
ANEXO III. PALABRAS DEL SR. RODINALD SOOMER, JEFE DE LA UNIDAD DE POLÍTICAS DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS DEL CARIBE ORIENTAL (OECO), EN LA SESIÓN INAUGURAL	25
ANEXO IV. PALABRAS DE LA HONORABLE MINISTRA DE COMERCIO, DESARROLLO DE NEGOCIOS E INVERSIONES DE GOBIERNO DE SANTA LUCIA, EMMA HYPOLITE, EN LA SESIÓN INAUGURAL	31
ANEXO V. LISTA DE PARTICIPANTES	35
ANEXO VI. LISTA DE DOCUMENTOS	43

INFORME DE RELATORÍA

1. El "Seminario sobre la industria de la confección, la moda y el desarrollo económico en el Caribe" tuvo lugar en Castries, Santa Lucía, los días 1 y 2 de julio del 2015. Esta actividad, enmarcada en el Programa Regional Latinoamericano y Caribeño para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES), contó con el copatrocinio de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS) y de la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía.

2. De conformidad con la Decisión No. 546 del Consejo Latinoamericano, relativa al Programa de Trabajo del Sistema Económico Latinoamericano y Caribeño (SELA) para el año 2015, los objetivos de este seminario fueron los siguientes: i) Sensibilizar a los Estados Miembros del SELA acerca de la importancia de fortalecer sectores con potencial para el desarrollo; en este caso, el sector textil, como un mecanismo para el crecimiento económico y la generación de empleo; ii) Concientizar acerca de la importancia de las cadenas de valor en América Latina y el Caribe con el fin de facilitar oportunidades para la manufactura de productos, compartir el conocimiento y garantizar el acceso a productos textiles y materias primas; iii) Revisar programas exitosos para la realización de actividades relacionadas con la industria de la moda; iv) Promover la creación de una red de instituciones y expertos relacionados con la industria; v) Impulsar el intercambio de las mejores prácticas implementadas en otras regiones, como América Latina y África, donde dichas prácticas han permitido al sector penetrar los mercados internacionales y cuyas experiencias puedan ser replicadas; y vi) Promover y fortalecer la capacitación de personal en cuanto al diseño y fabricación de productos relacionados con la industria de la moda.

3. En este seminario, participaron representantes de los puntos focales gubernamentales para la pequeña y mediana empresa del Caribe, así como representantes del sector privado, y particularmente empresas y PYMES vinculadas a la industria de la confección y la moda, así como expertos en la materia. Participaron representantes de Antigua y Barbuda, Barbados, Dominica, Grenada, Guadalupe, Haití, Jamaica, Suriname, Trinidad y Tobago, Tórtola, Santa Lucía, San Cristóbal, San Vicente, además de representantes de la Asociación Caribeña de Industria y Comercio (CAIC), de la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía y de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS). La Lista de Participantes figura en el Anexo V.

I. DESARROLLO DE LA REUNIÓN

4. En la sesión inaugural hicieron uso de la palabra las siguientes autoridades:
- El Ing. Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES) de la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) (SP/SFGIEDC/Di No. 1-15); la intervención figura en el Anexo II;
 - El Sr. Rodinald Soomer, Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo Económico de la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS) (SP/SFGIEDC/Di No. 2-15); la intervención figura en el Anexo III; y
 - La Honorable Sra. Emma Hypolite, Ministra de Comercio, Desarrollo de Negocios e Inversiones del Gobierno de Santa Lucía (SP/SFGIEDC/Di No. 3-15); la intervención figura en el Anexo IV.
5. La **Sesión de Negocio** fue moderada por el Ing. Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES) de la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe

2

(SELA), quien luego de presentar la agenda del Seminario y exponer la metodología de trabajo le dio la palabra a la Excelentísima Señora Sandra Phillips, Embajadora de Barbados en Venezuela, quien realizó una presentación y un balance del "Seminario sobre la Industria de la confección y el desarrollo económico en el Caribe" que tuvo lugar en Bridgetown, Barbados, los días 14 y 15 de agosto de 2014. Este evento constituye un antecedente de gran significación para analizar el potencial de la industria de la moda y la confección en los países del Caribe y el importante papel que pueden jugar las micro, pequeñas y medianas empresas en este sector.

6. El **PANEL I: PERSPECTIVAS PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CARIBE. RECOMENDACIONES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA APOYAR LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN EL CARIBE** fue moderado por el Sr. Rodinald Soomer, Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo Económico de la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO), quien luego de una presentación general del tema le dio la palabra a los representantes de los puntos focales gubernamentales de PYMES del Caribe contemplados en esta sesión de trabajo.

7. Nora Blake, Oficial Técnico y Asesora Especial del Ministerio de Industria, Inversión y Comercio (MIIC) de Jamaica, realizó la presentación "Perspectivas de la industria de la moda y confección en el desarrollo económico del Caribe" (SP/SFGIEDC/Di No. 4-15). Resaltó que el Caribe tiene potencial para convertirse en centro mundial de la moda, y podría generar ingresos, obtener divisas, crear más puestos de trabajo para las mujeres y otros, contribuir más al comercio, al PIB y el empleo, proporcionar oportunidades para la diversificación de las exportaciones y la expansión. Existen varios nichos en la industria con gran potencial de desarrollo: la ropa para hombres y mujeres, el mercado nupcial/boda, accesorios, tapicería, ropa para niños (uniformes escolares, etc.), uniformes oficiales (Policía, el Ejército, los trabajadores del Hospital), ropa deportiva. En cuanto a la construcción y la revitalización de la industria de la moda en el caso de Jamaica, el Ministerio ha facilitado las reuniones con los principales interesados del área, incluidos los empresarios, diseñadores, fabricantes y comercializadores de prendas de vestir, textiles, joyería, calzado, bolsos, y sombreros para revitalizar la industria, que una vez fue vibrante en Jamaica y contribuyó en gran medida a aportar un 7% del PIB. Se formó un Comité Directivo para tomar en consideración las ventajas de operar bajo una estructura de organización cooperativa y lidiar con las necesidades locales urgentes identificadas, como los costos más bajos de energía, fondos de financiación, enseñanza y capacitación. Como seguimiento se creó un Subcomité del grupo de trabajo, para revisar y mejorar el diseño; este ejercicio se completó en tal medida que ahora incorpora un plan de estudios para la iniciativa empresarial en la moda. Con un ingeniero textil en el grupo de trabajo hay un gran interés en la producción textil indígena, para prestarse a la creación de una "Mirada de Jamaica" único en moda y diseño, que va a crear productos de alto valor añadido, alineados con la cultura jamaicana, principalmente nuestra música reggae y también nuestra destreza deportiva. Además, se está revitalizando la siembra de algodón, con ayuda de Japón; así como el uso del bambú para la producción textil. Se debe realizar una encuesta oficial de análisis de mercado para guiar a las MIPYMES a cuantificar el tamaño del mercado y mantenerlos motivados. También existe la necesidad de financiación para ayudar en la creación de una plataforma eficiente de comercio electrónico para facilitar el comercio en el espacio global y la logística de mover productos al mercado. Las áreas más críticas en el sector son: la conciencia pública para atraer a los empresarios de la industria, el desarrollo de nuevos productos, impulsada por las normas, la aceptación global y la competitividad, el papel de las cooperativas de crédito como una fuente de "fondos propios, la necesidad de continuar la transferencia de conocimientos de los diseñadores de moda primera generación, posiblemente a través de un programa de aprendizaje, la facilitación del Gobierno de un país libre con el uso de la "ventanilla única" de aranceles para materias primas, lo que permite una mayor competitividad de precios en el espacio

global. El camino a seguir, bajo la perspectiva de las políticas públicas debería ser: prestar atención a los factores que limitan la participación de las mujeres en los negocios y la construcción de la capacidad organizativa y la disponibilidad de fondos para financiar e iniciar negocio en marcha y el crecimiento de los mismos, la facilitación de la formación, la creación de incubadoras para estimular la innovación, especialmente para los jóvenes y para el uso de materiales / fibras / textiles indígenas, la plena inclusión de las personas con discapacidad que desean participar en la industria de la moda según la política MIPYME, el aumento de la financiación para las empresas de iniciativa empresarial en pequeña escala, establecer proyectos y programas sobre el espíritu empresarial, incluyendo la industria de la moda y prendas de vestir dirigido específicamente a los jóvenes. Como conclusión mencionó que este seminario debe ser visto como una parte de ese proceso para la vinculación Sur-Sur en las mejores prácticas en los principales estados hermanos como Trinidad, Brasil, México y de países de vanguardia de África. Como parte de la política del Gobierno de Jamaica en la recientemente promulgada Política de Emprendimiento MIPYME (2014) ha establecido, una cantidad para el sector Moda y Diseño. Por último, con la promulgación de la Ley de Derecho de Autor y la creación del Consejo de Industrias Creativas, el sector de la moda y diseño se encuentra en un lugar especial de inclusión.

8. Suriname: Marion Stekkel-Vroom, Presidenta de Women in Business Group del Foro de Negocios de Suriname (Suriname Business Forum - SBF), realizó la presentación "Fomentar y fortalecer la capacitación de personal en el diseño y la fabricación de productos relacionados con la industria de la moda" (SP/SFGIEDC/Di No. 5-15). Resaltó que la región del Caribe tiene el potencial para convertirse en una industria dinámica de la moda y la confección, debido a su diversidad de culturas. Para ello es importante sensibilizar y fortalecer el potencial del sector para el desarrollo. Incluso en Suriname este medio puede hacer una contribución significativa debido a su patrimonio cultural, que se refleja en los siete grupos étnicos que viven en paz con los demás, independientemente de su cultura y religión. Para la industria de la moda, estas influencias son de gran importancia para el desarrollo de la tendencia y los estilos de moda. La micro, pequeña y mediana empresa es la columna vertebral de la economía. Muchos empresarios están activos en el ramo de la moda y algunos de ellos no han tenido una formación adecuada; la mayoría de ellos han creado empresas familiares. El personal que atraen son los jóvenes que han desertado la escuela, por lo que no han completado la formación en la industria; esto se traduce en baja productividad y altos costos. Debido a que muchos jóvenes buscan una carrera en la industria de la moda se debe hacer un esfuerzo por lidiar con los desafíos que enfrenta el sector de las PYMES. En este sentido, sería mejor tener a jóvenes motivados y cualificados en torno al desarrollo del sector, para acomodar adecuadamente esta industria una sociedad de moda juvenil en la región centrándose en dos importantes cursos de formación, para los diseñadores de moda y los comerciantes de moda.

9. Trinidad y Tobago: Glenda Joseph-Dennis, Miembro del Consejo Directivo de la National Entrepreneurship Development Company (NEDCO) del Ministerio de Trabajo y Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa, realizó la presentación "Perspectivas para la industria de la moda y confección en el desarrollo económico del Caribe. Recomendaciones de políticas públicas de apoyo a la industria de la moda y confección en el Caribe" (SP/SFGIEDC/Di No. 6-15). Los estados del Caribe han sido beneficiarios de la cooperación al desarrollo (asistencia / ayuda) y en las circunstancias globales actuales se ha dado la bienvenida a este apoyo. Sin embargo, las políticas de cooperación no parecen superar adecuadamente todos los desafíos del desarrollo sostenible y por lo tanto se debe pensar en un nuevo enfoque del desarrollo, centrándonos específicamente en la moda como una de las industrias creativas, que ha capturado la atención de los responsables políticos, instituciones académicas e incluso los medios de comunicación en la creación de este nuevo paradigma para el desarrollo. La industria de la moda es importante para el Caribe, ya que

4

la constituyen en su mayor parte las PYMES, que contribuyen con una cuota significativa de empleo. En este contexto, para Trinidad y Tobago, es considerado como uno de los sub-sectores no energéticos de prioridad dentro de las industrias creativas para el desarrollo, al tratar de perseguir la necesidad de diversificación económica. Los datos sobre la industria de la moda no han estado siempre disponible, pero para 1978 existían 130 empresas de fabricación de prendas de vestir, con más de 7.000 personas empleadas en el sector; una encuesta reciente (2014) mostró que existen más de 200 empresas. Para 2006 la industria de la moda en Trinidad y Tobago generaba más de US\$60 millones al año y empleaba directa o indirectamente a más de 11.000 personas, datos más recientes, aún no publicados, indican que el volumen de negocios anual ha superado T\$ 100 000 000 en 2014. A nivel del marco institucional, Trinidad y Tobago cuenta con la Academia de Moda y Diseño del Caribe (CAFD), que está totalmente integrado en la Universidad de Trinidad y Tobago (UTT), la Semana de la Moda Trinidad y Tobago (FWTT), la Semana de la Moda de Tobago, la Semana de la Moda de San Fernando, la Asociación de Moda de Trinidad y Tobago (FATT), la Asociación de Empresarios de la Moda de Trinidad y Tobago (FETT). Acerca de la política del Gobierno, el Ministerio de Trabajo y de la Pequeña y Micro Empresa de Desarrollo y el Ministerio de Comercio, Industria, Inversiones y Comunicación han sido fundamentales en la conceptualización e implementación de iniciativas de política que permite a las PYMES. En la actualidad existe un proyecto de política en la materia, el Government's Medium Term Policy Framework 2011-2014 y el Draft MSE Policy 2013-2016. El organismo de ejecución para el desarrollo de las PYMES en Trinidad y Tobago es la Compañía de Fomento Empresarial Nacional (NEDCO), mientras que el desarrollo específico de la industria de la moda es el mandato de la Compañía de Industrias Creativas de Trinidad y Tobago. Trinidad y Tobago tiene la intención de implementar políticas que faciliten el crecimiento y la competitividad de la industria de la moda, abordando cuestiones como la mejora del acceso a los mercados; habilidades y la tecnología; fomento de la innovación y el uso de la tecnología de la comunicación; el acceso a la financiación; inversiones prudentes; la investigación y la generación de datos. Trinidad y Tobago abarca este enfoque regional y espera con interés trabajar con el SELA, la OECO y TEPA en llevar la industria de la moda en la región a las normas de la economía mundial y la competitividad sostenible.

10. El moderador agradeció a los expositores por sus presentaciones e hizo un breve resumen de las principales ideas expresadas durante la Sesión. Se dio paso a las intervenciones y preguntas de los participantes que giraron en torno a la cultura de la moda, las políticas públicas en las PYMES y la libertad de diversificación, textil y material en la industria de la moda y la confección, con énfasis en la innovación; se habló del progreso en el área, con ayuda de organismos internacionales, sobre todo en lo que tiene que ver con financiamiento para nuevos diseñadores; se mencionó que la región caribeña posee todo para hacer de la moda y la confección una industria dinámica y viable, enfatizando en la necesidad de más iniciativas y un mayor control en las políticas públicas para ese sector.

11. El **PANEL II: EXPERIENCIAS CON CLÚSTERS Y CADENAS DE VALOR EN LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO EN EL CARIBE. FACTORES PARA FORTALECER LA FORMACIÓN DE CLÚSTERS Y CADENAS DE VALOR.** Este panel fue moderado por Jacqueline Emmanuel, Directora Ejecutiva de la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía, quien luego de introducir el tema le dio la palabra al ponente y los comentaristas contemplados en esta sesión de trabajo.

12. Teddy Isimat-Mirin, de Stratégies Caraïbes de Guadalupe, realizó la presentación "Factores para fortalecer la cadena de valor en el sector de la moda: CREATIVO 2020. La Experiencia de Guadalupe" (SP/SFGIEDC/Di No. 7-15). La Tribu y Stratégies Caraïbes (LT & SC) tienen al Caribe como laboratorio creativo común al contar con mercados globales, la cooperación regional en las

primeras etapas es una necesidad y la industria de la moda disfruta de las mejores ventajas comparativas entre los sectores creativos regionales. CREATIVO 2020 es una propuesta creada como una etiqueta de marca, un organigrama y un objetivo para la promoción regional (misiones comerciales, la representación regional, Redes); la distribución; las redes Internacionales, la Cooperación Regional, la asistencia técnica, la educación y la internacionalización. Los factores estratégicos son: el éxito es igual a la creatividad más la buena gestión; la creación de cadenas de valor, una asistencia completa y especializada en el apoyo a las marcas regionales, una «comunidad de puntos de vista» y la cooperación regional son obligatorios. Nuestra Propuesta: disponibilidad para compartir con todos los actores regionales, interés para fortalecer una comunidad caribeña de visitas, disponibilidad para brindar asistencia técnica

13. Esta presentación fue seguida de las intervenciones de la Sra. Sandra Joseph, Secretaria Permanente del Ministerio de Comercio, Industria, Deporte y Cultura de Antigua y Barbuda, y del Sr. Dav-Ernán Kowlessar, Consultor Gerencial de la Asociación Caribeña de Industria y Comercio (CAIC).

14. El moderador agradeció a los expositores por sus presentaciones y se dio paso a las intervenciones y preguntas de los participantes. Se discutió sobre el papel del sector privado, su importancia para el sector; se habló sobre el valor que tiene el posicionar las marcas a nivel nacional y regional para convertirla en una referencia caribeña; además se mencionó la necesidad de tener intereses comunes para la creación de cadenas de valor y el desarrollo económico en el sector.

15. El **PANEL III: "POSICIONAMIENTO DEL CARIBE PARA GANAR: PENETRACIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE LA MODA"** fue moderado por Mae Wayne, de The Star Publishing Company de Santa Lucía, quién presentó a la ponente contemplada en esta sesión de trabajo y de inmediato le dio la palabra.

16. Trinidad and Tobago: Liza Miller, Directora General de Estuary PR Limited y Directora Ejecutiva de Kaj Designs Limited, realizó la presentación "Posicionamiento del Caribe para ganar: penetrar en el mercado internacional de la moda" (SP/SFGIEDC/Di No. 8-15). La moda es impulsada por el diseño; a menudo se cree que el pensamiento predominante es sólo la creatividad, pero es fundamental tener en cuenta el negocio y la comercialización de la moda. En general, el 95% de las empresas de moda fallan, y en el Caribe hay una piscina de talento creativo, pero las debilidades y desafíos impiden el éxito en esta rama. Construyendo el éxito caribeño: algunos de los desafíos con lo que debemos luchar son, crear una imagen de marca fuerte y consistente, definir el mercado, teniendo una clara estructura gerencial y tomar decisiones, tener una propuesta de valor y nunca renunciar a la posibilidad de cambiar y/o adaptarse. La Moda Rápida vs. La Moda de Lujo: la moda rápida es la ropa de bajo costo que imita las tendencias actuales, las tendencias de moda de lujo, con bajos costos de producción y márgenes de ganancia; es un enfoque de mercado de masa-beneficio que depende de volumen de ventas. Este mercado ha demostrado una tasa de crecimiento del 8% en Reino Unido, sin embargo, los márgenes de ganancia son bajos y se vuelven ambientalmente insostenibles y vulnerables a la subida de los costos de material, transporte y mano de obra. 78% de la gente no sabía que 11 millones de toneladas de textiles son desechados cada año. Por su parte, la Moda de Lujo es auténtica en el diseño, la producción y los insumos son de alta calidad, es un producto exclusivo y el embalaje de alta calidad. El mercado de bienes de lujo está creciendo de manera constante, el valor proyectado es de €340.41bn a nivel mundial para el año 2020 (Market Research Transparencia, 2015). Cómo competir en el mercado de la moda rápida: conseguir una alta demanda de diseño, para estar a la altura de la moda actual, valorar la demanda para cumplir con las cuotas de producción en masa, mantener precios competitivos,

6

garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y las prácticas de producción éticas, compensar el aumento de material, el transporte y los costos laborales. ¿Cómo competir en el mercado de moda de lujo?: Ganar la propuesta de valor, crear un producto de alta calidad, exclusiva y posicionamiento en el Caribe para ganar: Nuestro mayor obstáculo para tener éxito es nuestra falta de confianza cultural. Tenemos que creer en nosotros mismos y nuestros talentos creativos. Una de las mayores inversiones que podemos hacer es cada vez mayor capacidad en las esferas de la administración de empresas y marketing de la moda.

17. Seguidamente, el moderador dio paso a las intervenciones y preguntas de la Sesión. Durante el intercambio de comentarios para la expositora, se habló de la necesidad de invertir en desarrollo, poniendo como ejemplo el uso de las redes sociales para la industria de la moda y la facilidad de posicionamiento que han tenido marcas alrededor del mundo a través de estas herramientas; se hizo mención a la construcción de relaciones a través de las redes y entender cómo se quiere que llegue el mensaje, sabiendo la importancia del mercadeo y el acceso al mercado global al que se quiere llegar.

18. El **PANEL IV: EJERCICIO DE VALIDACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LA OECO** fue moderado por el Sr. Sobers Esprit, Oficial de Desarrollo de Negocios – Industrias Creativas de la Unidad de Negocios Competitivos de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO), quien luego de introducir y explicar el tema le dio la palabra a la Sra. Virginia Paul, Jefe de la Unidad de Política Comercial de la Comisión de la OECO para comentar y complementar la temática abordada.

19. Seguidamente, la Dra. Michele N. Reis, Investigadora y Consultora en Relaciones Internacionales sobre Migración y Asuntos de la Diáspora de Trinidad y Tobago, realizó la presentación "Reunión Regional de validación en la industria de la moda y confección en la OECO. Presentación del Informe de Evaluación de la Industria de la Moda en la OECO" (SP/SFGIEDC/Di No. 9-15). El objetivo de la consultoría fue evaluar la viabilidad del sector de la moda en la OECO, para determinar su potencial para crear y generar empleo, así como para evaluar las necesidades de las partes interesadas de la industria para contribuir a la diversificación global de la economía. Dicha consultoría se llevó a cabo en las siguientes etapas: Fase Uno (Movilización) - Elaboración de instrumentos de la encuesta; Fase Dos (País Evaluaciones) - Informe Inicial; Fase Tres (Análisis) - Informe Analítico: (Análisis situacional, análisis FODA, análisis PEST, base de datos, recomendaciones). Se realizó la consulta en 9 estados miembros, con profesionales de la industria (Granada, SVG, SLU, Antigua, Islas Vírgenes Británicas, Anguila, SKT, Dominica). Como conclusiones se obtuvo que, a nivel mundial, las industrias creativas son una de las áreas de crecimiento más rápido y potenciales de transformación; las estrategias de I + D e innovación están fuera del alcance de la mayoría de los profesionales de la industria; pocas personas tienen negocios exitosos basados en productos únicos, innovadores que son de exportación, ya que la mayoría de la gente no puede competir a nivel internacional. Por lo tanto se debe, mejorar el aspecto del negocio de la industria de la moda; el trabajo con los proveedores, especialmente la financiación de las instituciones, debe ser durante un período de al menos tres años para que las empresas puedan ser tomadas en serio en el mercado internacional; la necesidad de estudios y estándares de mercado locales para convertirse en una característica regular de la industria; se requieren de mejores (desagregados por segmentos, el comercio, la contribución al PIB, las cifras de empleo, etc.); además, se necesita mejorar el abastecimiento de materiales y materias primas; la necesidad de una mayor cohesión y menos fragmentación en el sector de la moda; y la capacitación formal para perfeccionar el talento natural de los diseñadores emergentes.

20. Posteriormente intervinieron representantes de PYMES Caribeñas, Nadia Jabour, Design by Nadia de Santa Lucía; Jessie-Ann Jessamy, Veronica's Visions Design Studio de Grenada y Kristin Frazer, Trefle Clothing de Tórtola, para expresar sus opiniones y puntos de vista sobre el particular.

21. Las intervenciones y preguntas de la Sesión se basaron en una mirada al proceso de evaluación de la OECD a la Industria de la Moda, cómo fue el proceso de consulta, cómo es el trabajo de investigación, los antecedentes del informe para entender a qué programas y escuelas se debe llevar la evaluación, así como la reticencia que se tiene muchas veces para llevar a cabo la consulta; la reflexión final versó sobre cómo se deben crear tendencias acordes a lo que nos rodea y que sean de calidad.

22. El **PANEL V: EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA EN EL CARIBE** fue moderado por la Sra. Taribba do Nascimento, Directora General de Meme Bete, Santa Lucía, quien luego de presentar el tema le dio la palabra a las ponentes contempladas en esta sesión de trabajo.

23. En esta sesión participaron Carmen Penco, Presidenta de Carmen Penco School of Fashion Design, Santa Lucía, y Marlyn Jean Jacques, Directora General de Caribbean Apparels, Dominica. Las intervenciones y preguntas de la Sesión versaron sobre la importancia de la educación en la región para la industria de la moda; en que se debe mostrar competencia en algún área y probar que puedes desempeñarte en ella para mejorar la calidad de los productos; además se habló de la necesidad de capacitar, brindando facilidades económicas y de accesibilidad para los interesados, contando con las dificultades que tienen las escuelas para conseguir los insumos de enseñanza; la relevancia de la tecnología y la innovación, el sector privado y las empresas y su colaboración con el sector público para asistir y capacitar; quedó claro que aún queda mucho por hacer en este campo.

24. El **PANEL VI: FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y MODA: EL CASO DE HAITÍ** fue moderado por el Sr. Sobers Esprit, Oficial de Desarrollo de Negocios – Industrias Creativas de la Unidad de Negocios Competitivos de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECD).

25. Haití: Charlotte Tanis, Diseñadora y Propietaria de Your Size Tailoring Shop en Haití, realizó la presentación "Perspectivas para la industria de la moda y confección en el Desarrollo Económico del Caribe. Recomendaciones de Políticas Públicas de Apoyo a la industria de la moda y confección en el Caribe" (SP/SFGIEDC/Di No. 10-15). Se refirió a la vista panorámica sobre el sector textil y la confección en el contexto internacional; mencionó que durante los años 60-70, la industria textil y de confección vivió un proceso de internacionalización con la fragmentación de los procesos de producción y el uso de la subcontratación; los mercados abiertos y reubicaciones de empresas del sector dieron como resultado la expansión de esta industria. Hoy en día, la industria textil y de confección (textiles, prendas de vestir y de lujo), tienen lugar muy importante en la economía mundial, alcanzando una facturación de 3.000 millones de dólares en 2011. La industria textil y de prendas de vestir, por tanto, tiene el potencial de contribuir significativamente al desarrollo debido a su peso en la economía y ayudar a reducir la pobreza. En el contexto nacional en Haití, casi el 60% de las personas pobres trabajan por cuenta propia o en el sector informal. La pobreza extrema se encuentra en mayor proporción en las zonas rurales y tiende a estancarse en torno al 40%. Haití es el país más "desigual" en el área de América Latina y el Caribe en términos de distribución de la riqueza. La diversificación de la economía rural y la integración de la industria textil podrían contribuir a la reducción de la pobreza en las zonas rurales. En el caso de la industria de la ropa y los textiles en Haití, también juega un papel fundamental en la economía. Este sector representa más del 80% de las exportaciones totales. En 2009, Haití reportó exportaciones textiles

8

hacia Estados Unidos de US\$ 514 millones. En 2012, este valor aumentó a US\$ 731 millones, un incremento de más del 40% del valor de las exportaciones. En 2013, los ingresos totales de exportación de la industria textil y de la confección representaban el 91% de los ingresos de exportaciones (US\$ 804 millones) y el 9% del PIB (US\$ 84 millones). La industria de la confección es uno de los mayores empleadores en Haití, lo que permite a más de 30.000 personas tener un empleo formal (65% son mujeres). En 2014 se inauguró un nuevo parque industrial en el departamento de Norte de Oriente en el marco de la aplicación del Plan Estratégico de Desarrollo de Haití (PSDH), establecido después del terremoto del 2010. La situación geográfica de Haití, cerca de los principales mercados de América del Norte y el Canal de Panamá, representan grandes oportunidades para la industria textil, confección y piel. Varias organizaciones internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) proporcionan un apoyo considerable a Haití con el fin de promover el desarrollo del sector textil. Las instituciones y las personas (diseñadores de Nueva York y de Italia, entre otros) del sector privado de los negocios de Estados Unidos y la Iglesia católica estadounidense han expresado en repetidas ocasiones su interés en este sector. Esta tendencia a atraer al sector privado de otros países destaca el potencial que Haití empieza a tener en la industria. Sin embargo, la falta de organización de algunas empresas del sector y las bajas cualificaciones de la mano de obra local no ha permitido al país aprovechar las oportunidades.

26. Durante las intervenciones y preguntas de la Sesión se indagó sobre cuál es la mejor estrategia para llegar al mercado internacional y se estableció que entrenar y capacitar a la gente con habilidades para la industria, y utilizar sus capacidades en el proceso de producción para hacer piezas de calidad competitiva, había sido la mejor forma de posicionarse en el mercado global, en el caso de Haití.

27. El **PANEL VII: OPCIONES DE FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN EL CARIBE** fue moderado por Fern Lewis, Director de Promoción y Desarrollo de Exportaciones de la Corporación de Inversión y desarrollo de Barbados (BIDC).

28. Dav-Ernan Kowlessar, Consultor Gerencial de la Asociación Caribeña de Industria y Comercio (CAIC), realizó la presentación "La promoción del desarrollo económico en la industria de la moda y confección. Factores para fortalecer la formación de clústers y cadenas de valor" (SP/SFGIEDC/Di No. 11-15). Resaltó que a nivel mundial, la industria de la moda y confección es una cadena de valor impulsada por los compradores, que contiene tres grandes tipos de empresas principales: minoristas, vendedores y fabricantes de marca. Mencionó que las cadenas de valor globales se ven motivadas por las ventajas de costos, y han venido evolucionando en términos de fabricación y venta al por menor, con el traslado de la fabricación de toda la cadena de valor; y que dicho traslado de la fabricación se debe a la aparición de nuevos mercados, como por ejemplo, Brasil y Rusia; y nuevas técnicas para atraer a los consumidores. Se hizo varias preguntas con relación a dónde se encuentra el Caribe en relación a la materia prima de fibra sintética, el uso de recursos naturales, las marcas mundiales, entre otras. Comentó que existen algunas lagunas en la cadena de valor, como la vinculación de negocios y la comprensión, la construcción de identidad de la marca y la necesidad de pertenecer a algo; para ello, comentó es importante el fortalecimiento de esas cadenas de valor a través de los clústers o la creación de Consejo de la Moda Caribe. Para ellos se debe priorizar estos temas en los gobiernos del Caribe, construir redes de confianza y de apalancamiento, darle fuerza y apoyo a las iniciativas regionales en lugar de reinventar. Los compromisos de CAIC con estos temas se basan en proporcionar una red de apoyo para el desarrollo de la infraestructura de apoyo a las empresas y la cultura, proporcionar acceso a los mercados internacionales e información sobre las oportunidades de mercado internacionales a las

empresas regionales e información a los compradores y las inversiones internacionales sobre las oportunidades en ALC y facilitar conversión de las iniciativas de desarrollo.

29. Seguidamente, el moderador dio paso a las intervenciones y preguntas de la Sesión. Durante la misma, los participantes conversaron sobre el financiamiento para la investigación; diferentes experiencias en el Caribe sobre el financiamiento en la industria de la moda; la importancia de mostrar evidencia de que es un negocio viable, para los financistas. Para finalizar se reiteró que hay que mirar a la moda como un negocio, y mientras más pronto se vea a la industria como un negocio, más fácil será conseguir fondos, y se verán con más claridad las oportunidades de inversión y desarrollo.

30. **DEBATE GENERAL. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.** Esta sesión fue moderada por el Ing. Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES) de la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), la Excm. Señora Sandra Phillips, Embajadora de Barbados en la República Bolivariana de Venezuela), la Sra. Jacqueline Emmanuel, Directora Ejecutiva de la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía y la Sra. Virginia Paul, Jefe de la Unidad de Política Comercial de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO).

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones y recomendaciones que a continuación se presentan, fueron agrupadas sobre la base de las temáticas vinculadas con el desarrollo de la industria de la confección y de la moda, de tal manera que se detallan los aspectos específicos y que de alguna manera reflejan las acciones que deberán considerarse para impulsar dicho sector:

a) Política pública y general

- El Caribe tiene talento para competir en el mundo de la moda (por ejemplo, en diseño y modelaje), pero carece de insumos, características o factores que indiquen que tiene una industria de la moda
- El Caribe no tiene un sector de moda real. La actividad en el mundo de la moda no está estructurada y la región no puede competir en términos de niveles salariales, calidad, productividad o productos terminados.
- Un "avance" en el mercado mundial de la moda no "ocurrirá" por sí solo. La región tiene que planificarlo y esforzarse por lograrlo.
- Sobre la base del ejemplo de políticas públicas en Jamaica, la región debe desplegar esfuerzos para llevar a término o estimular las industrias de la moda, al realizar el trabajo consultivo y analítico necesario en un ambiente de cooperación, no de manera aislada.
- La región debe reducir los costos de energía, desarrollar productos textiles indígenas, y considerar a los visitantes y a las comunidades de emigrantes como mercados de destino;
- Debemos desarrollar nuevos productos regidos por normas y la competitividad;
- Los gobiernos pueden ofrecer apoyo, al crear la legislación necesaria y destinar un porcentaje de sus recursos al sector nacional de la moda y confección;
- El mercado chino es un reto importante para la industria de la confección en el Caribe. Los chinos no tienen producción masiva de alta calidad adecuada para el clima del Caribe;
- El Caribe carece de instalaciones de producción en serie, mano de obra calificada y abastecimiento de materias primas;

10

- Necesitamos un nuevo enfoque que rechace los antiguos modelos de desarrollo, a través de los cuales la cultura y el sector creativo eran vistos como entretenimiento u obstáculos al progreso. De acuerdo con el nuevo paradigma, la cultura y los creadores contribuyen al desarrollo;
- El Caribe enfrenta un problema de confianza cultural. Los mercados nacionales a menudo favorecen marcas extranjeras simplemente porque son extranjeras. Las que quieren ingresar en el mercado de lujo no reciben estímulo o ayuda, porque no se tiene la sensación de que algo fabricado en el Caribe pueda ser de calidad;
- Los jóvenes con talento sienten la necesidad de abandonar el Caribe, porque residir en el Caribe no se asocia con éxito. Este es uno de los aspectos que contribuye a la falta de confianza cultural;
- La OECO necesita un enfoque estratégico estructurado y mejor definido. La OECO necesita considerar las cadenas de valor global y determinar si podemos producir a los estándares requeridos;
- El Caribe no está preparado para el mercado de pronto moda. El mercado de lujo medio es probablemente un objetivo más factible;
- Instagram es un mecanismo subestimado que los diseñadores caribeños deben considerar. Es necesario que recuerden que lo primero que necesitan es una marca fuerte;
- En el Caribe, existe una falla persistente para definir claramente el mercado objetivo. Los centros de moda no pueden desarrollarse, a menos que exista un mercado objetivo específico;
- Se requiere un esfuerzo estructurado para vender la moda a los visitantes;
- Las marcas, identidades y la política de distribución son determinantes para los modelos de negocios regionales;
- La competencia internacional es fiera, y las posiciones competitivas en moda ya están ocupadas.

b) Financiación

- Debemos considerar la posibilidad de que las cooperativas de ahorro y crédito ofrezcan financiamiento para la moda
- Generalmente es necesario aumentar los fondos para los pequeños empresarios dedicados a la moda;
- Al prestar la debida atención a las iniciativas sectoriales, debemos desarrollar mecanismos de rápida implementación que destaquen a los diseñadores con el mayor potencial de mercado (o "seleccionen a un ganador") y asignen recursos importantes a esos diseñadores para darles el empuje requerido.
- Se sugirió la creación de un programa de la OECO que centre su atención en diez personas, en un proceso de selección del cual surgirían los cinco mejores;
- Se sugirió la realización de un desfile de moda competitivo con criterios claramente definidos;
- Es necesario buscar esquemas de financiación con intereses bajos;
- Los fondos de garantía de los gobiernos a los bancos ayudan a abordar el factor de riesgo para los bancos comerciales, a los cuales pudieran estar acercándose los diseñadores para solicitar préstamos;
- Existe la necesidad de promover la colaboración interinstitucional y las alianzas público-privadas. El requisito habitual de garantía por parte de los bancos es un reto para los diseñadores. La financiación en masa, financiamiento ángel y el capital de riesgo pueden presentar desafíos legales;

- Los gobiernos de países desarrollados como Estados Unidos y el Reino Unido subvencionan sus industrias de la moda de varias maneras. No hay igualdad de oportunidades y por lo tanto la ayuda del sector público para la industria de prendas de vestir en el Caribe es muy necesaria;
- Es importante determinar si el negocio favorece la inversión;
- El capital de riesgo es patrimonio, no financiación de deuda;
- El crédito tiene un costo, pero bien gestionado es una buena fuente de financiación;
- Es necesario considerar la colaboración entre empresas mixtas;
- Las cooperativas y entidades de crédito pueden desempeñar un papel más importante;
- No necesitamos nuevas instituciones, sino mejorar las existentes;
- Tenemos que aprovechar la asistencia técnica disponible;
- El SELA ha intentado movilizar el Caribe para desarrollar un sistema de garantía regional.
- Habrá una reunión en octubre de 2015 para el Caribe;
- La financiación por parte de la banca comercial para los diseñadores suele ser un reto para los bancos. Entre otras cosas, las pequeñas empresas necesitan asistencia técnica y capacitación, que son costos de transacción para los bancos.

c) Formación

- Al evaluar las destrezas técnicas, el área más pobre está en la formación. Los mecanismos de calificación CVQ deben abordarla;
- El CXC aborda la teoría. La CVQ es una educación basada en competencias.
- Aunque ahora existen oportunidades para la certificación, es necesario actualizar y revisar las CVQs;
- Las CVQs son muy generales. Tendrían que ajustarse a una característica o foco de desarrollo específicos de las NVQ.
- La capacitación formal es necesaria para los emprendedores, que carecen de las destrezas técnicas y los conocimientos para comercializar la moda;
- Los jóvenes son un grupo objetivo para la formación en moda, debido a que los jóvenes están muy involucrados en la industria de la moda;
- Tenemos que mejorar la formación y la educación que se ofrece a nivel de los CXC, utilizando los conocimientos de nuestros experimentados diseñadores;
- Debemos establecer incubadoras y facilitar el aprendizaje en el ámbito nacional, regional y extra-regional;
- Es necesario llevar los estándares caribeños y nacionales al nivel profesional adecuado. No deben reducirse para ajustarse a las destrezas que existan. En su lugar, deben establecerse donde sea necesario fortalecer tales destrezas.

d) Seguimiento e institucionalidad

- Los participantes acordaron la creación de un grupo informal de seguimiento para garantizar la puesta en práctica de las recomendaciones del Seminario, al tiempo que indicaron que una propuesta anterior en este sentido se había presentado en el primer Seminario;
- El grupo informal de seguimiento se llamaría Grupo de Trabajo de Seguimiento del SELA sobre la Industria de la Confección y el Desarrollo Económico en la subregión del Caribe;
- El Grupo de Trabajo informal movilizará, animará y recordará a los participantes la necesidad de tomar medidas o active la implementación de estos seminarios.
- Las primeras tareas del Grupo de Trabajo de Seguimiento serán las siguientes:

12

(i) recordar a los participantes que tomen medidas para

- la creación de asociaciones nacionales;
- la creación de una Asociación Regional;
- la inclusión de propuestas para el sector de la confección en sus planes nacionales estratégicos o de desarrollo;

(ii) discutir el diseño de un proyecto regional de moda.

III. CLAUSURA

La clausura del Seminario estuvo a cargo del Ing. Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES) de la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), de la Sra. Jacqueline Emmanuel, Directora of Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía y de Sobers Esprit, Oficial de Desarrollo de Negocios – Industrias Creativas. Unidad de Negocios Competitivos de la OECO.

A N E X O I

AGENDA

SEMINARIO SOBRE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, LA MODA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO EN EL CARIBE

Lugar: Castries, Santa Lucía (Bay Gardens Hotel)

Fecha: 1 y 2 de julio de 2015

Antecedentes

Durante el "Seminario sobre la industria de la confección, la moda y el desarrollo económico en el Caribe", celebrada en Bridgetown, Barbados, los participantes analizaron los problemas que enfrenta el sector de las PYMES en el Caribe, en particular aquellas microempresas que operan en los sectores de la moda y la confección, e identificaron varios nichos con un alto potencial para el desarrollo de dichas empresas (ropa para hombres y mujeres, vestidos de novia, accesorios y tapicería). Además, el seminario examinó también el aumento de la actividad de este sector en los mercados de Brasil, México y África, que ha surgido con rapidez dentro de la industria textil y ha atraído a varias marcas de moda internacionales a diferentes países de la región.

Entre las principales conclusiones y recomendaciones del seminario celebrado en Barbados, expertos y representantes señalaron la necesidad de promover el desarrollo de una industria de la moda con potencial para la comercialización global; cambiar las estrategias en cuanto al uso y adopción del método sectorial para reposicionar el sector con un enfoque clave en la capacidad de los diseñadores y fabricantes para crear alianzas; y crear una identidad única para la venta de marcas. Además, recomendaron promover el establecimiento de asociaciones nacionales y regionales una Asociación Regional de Diseñadores de Moda, e hicieron énfasis en que la reactivación del cultivo de algodón en Barbados debe recibir el apoyo del sector público.

La industria textil ha sido siempre un sector muy activo en la economía global. En particular, la industria del diseño de moda registró un aumento de US\$ 1,7 trillones en 2012 y empleó aproximadamente 75 millones de personas en todo el mundo.

Los países de la CARICOM han permanecido al margen del sector industrial de diseño de moda, y sus productos todavía no han sido capaces de penetrar los mercados internacionales de manera significativa. Sin embargo, existen numerosas PYMES, especialmente las microempresas, dedicadas a la industria de la confección y el diseño de moda.

En este sentido, sobre la base de las recomendaciones de la reunión de Barbados, la Secretaría Permanente ha considerado la posibilidad de llevar a cabo un segundo seminario sobre la implementación y desarrollo de programas relacionados con las asociaciones en la industria de la confección y la moda en el Caribe, enfocado principalmente en los mecanismos de coordinación para las empresas en el sector textil, especialmente micro-emprendedores. La reunión, que será organizada por la Secretaría Permanente junto con los países de la organización de Estados del Caribe Oriental (OECD) y la comunidad del Caribe (CARICOM), tendría como objetivo analizar y promover alianzas entre las empresas del sector textil en la región de la OECD y el Caribe en su conjunto.

16

Objetivos

En cumplimiento con el Programa de Trabajo del SELA para el año 2015, aprobado por el Consejo Latinoamericano, los objetivos de esta actividad son los siguientes: i) Sensibilizar a los Estados Miembros del SELA acerca de la importancia de fortalecer sectores con potencial para el desarrollo; en este caso, el sector textil, como un mecanismo para el crecimiento económico y la generación de empleo; ii) Concientizar acerca de la importancia de las cadenas de valor en América Latina y el Caribe con el fin de facilitar oportunidades para la manufactura de productos, compartir el conocimiento y garantizar el acceso a productos textiles y materias primas; iii) Revisar programas exitosos para la realización de actividades relacionadas con la industria de la moda; iv) Promover la creación de una red de instituciones y expertos relacionados con la industria; (v) Impulsar el intercambio de las mejores prácticas puestas en práctica en otras regiones, como América Latina y África, donde dichas prácticas han permitido al sector penetrar los mercados internacionales y cuyas experiencias puedan ser replicadas; y vi) Promover y fortalecer la capacitación de personal en cuanto al diseño y fabricación de productos relacionados con la industria de la moda.

Participantes

Esta actividad está dirigida a los puntos focales gubernamentales para pequeñas y medianas empresas de los Estados Miembros del SELA, representantes de gremios empresariales de PYMES y expertos en el área.

AGENDA

Miércoles, 1 de julio de 2015

Mañana

8:00 - 8:30 **INSCRIPCIONES**

8:30 - 9:00 **SESIÓN INAUGURAL**

Presidente: Sobers Esprit, Oficial de Desarrollo de Negocios, Unidad de Negocios Competitivos de la OECO

- [Antonio Leone Durante](#), Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES) de la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)
- [Rodinald Soomer](#), Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo Económico de la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO)
- [Hon. Emma Hypolite](#), Ministra de Comercio, Desarrollo de Negocios e Inversiones del Gobierno de Santa Lucía

9:00 - 9:15 **SESIÓN DE NEGOCIO:**

REVISIÓN DE SEMINARIO REGIONAL DE 2014 EN BARBADOS

Presentador: Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-

PYMES). Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)

- Sandra Phillips, Embajadora de Barbados en Venezuela

9:15 - 10:30

PANEL I: PERSPECTIVAS PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CARIBE. RECOMENDACIONES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA APOYAR LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN EL CARIBE

Moderador: Rodinald Soomer, Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo Económico de la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO)

Representantes de los puntos focales gubernamentales para PYMES en el Caribe

- Jamaica: [Perspectivas de la industria de la moda y confección en el desarrollo económico del Caribe](#). Nora Blake, Oficial Técnico y Asesora Especial del Ministerio de Industria, Inversión y Comercio
- Suriname: [Fomentar y fortalecer la capacitación de personal en el diseño y la fabricación de productos relacionados con la industria de la moda](#). Marion Stekkel, Presidenta de Women in Business Group. Foro de Negocios de Suriname
- Trinidad y Tobago: [Perspectivas para la industria de la moda y confección en el desarrollo económico del Caribe. Recomendaciones de políticas públicas de apoyo a la industria de moda y confección en el Caribe](#). Glenda Joseph-Dennis, Miembro del Consejo Directivo de la National Entrepreneurship Development Company (NEDCO). Ministerio de Trabajo y Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa

10:30 – 10:45 Receso

10:45-12:30 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

12:30 – 2:30 **ALMUERZO**

Tarde

2:30 – 3:30

PANEL II: EXPERIENCIAS CON CLÚSTERS Y CADENAS DE VALOR EN LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO EN EL CARIBE. FACTORES PARA FORTALECER LA FORMACIÓN DE CLÚSTERS Y LAS CADENAS DE VALOR

Moderador: Jacqueline Emmanuel-Flood, Directora Ejecutiva de la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía

- [Factores para fortalecer la cadena de valor en el sector de la moda: CREATIVO 2020. La Experiencia de Guadalupe](#). Teddy Isimat-Mirin. Stratégies Caraïbes de Guadalupe

18**Intervenciones:**

- Sandra Joseph, Secretaria Permanente del Ministerio de Comercio, Industria, Deporte y Cultura de Antigua y Barbuda
- [Promover el desarrollo económico en la industria de la moda y confección: Factores para fortalecer la formación de clústers y las cadenas de valor.](#) Dav-Ernán Kowlessar, Consultor Gerencial de la Asociación Caribeña de Industria y Comercio (CAIC)

3:30 – 4:00 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

4:00 – 4:15 Receso

4:15 – 4:45 **PANEL III: “POSICIONAMIENTO DEL CARIBE PARA GANAR: PENETRACIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE LA MODA”**

Moderador: Mae Wayne, The Star Publishing Company, Santa Lucía

- [Posicionamiento del Caribe para ganar: Penetración en el mercado internacional de la moda.](#) Liza Miller, Directora General de Estuary Pr Limited, Trinidad y Tobago

4:45 – 5:15 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

5:30 Sesión de cierre de la jornada

Jueves, 2 de julio de 2015**Mañana**

9:00 - 10:00 9:00 - 10:00 **PANEL IV: EJERCICIO DE VALIDACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LA OECO**

Creativas **Moderador:** Sr. Sobers Esprit, Oficial de Desarrollo de Negocios – Industrias de la Unidad de Negocios Competitivos de la OECO

OBSERVACIONES

- Virginia Paul, Jefe de la Unidad de Política Comercial de la Comisión de la OECO

[Presentación del Informe de Evaluación de la Industria de la Moda en la OECO.](#) Michele Reis. Consultora de la industria de la moda. Trinidad y Tobago.

Respuestas de PYMES de la OECO:

- Nadia Jabour – Design by Nadia – Santa Lucía
- Jessie-Ann Jessamy – Veronica’s Visions Design Studio - Grenada
- Kristin Frazer – Trefle Clothing – Tórtola, Islas Vírgenes Británicas

10:00 – 10:30 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

- 10.30 – 11:00 Receso
- 11:00 – 12:00 **PANEL V: EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA EN EL CARIBE**
Moderador: Taribba do Nascimento, Directora General, Meme Bete, Santa Lucía
- Carmen Penco, Presidenta, Carmen Penco School of Fashion Design, Santa Lucía
 - [CVQ y la industria de la moda](#). Marlyn Jean Jacques, Director General, Caribbean Apparels, Dominica

12:00 – 12:30 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

12:30 – 1:30 **ALMUERZO**

Tarde

1:30- 2:00 **PANEL VI: FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y MODA: EL CASO DE HAITÍ**
Moderador: Oficial de Desarrollo de Negocios – Industrias Creativas de la Unidad de Negocios Competitivos de la OECO

- [Perspectivas para la industria de la moda y confección en el Desarrollo Económico del Caribe](#). Charlotte Tanis, Propietaria de Your Size Tailoring Shop

2:00 – 2:30 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

2:30 – 3:00 **PANEL VII: OPCIONES DE FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DE LA MODA Y CONFECCIÓN EN EL CARIBE**

Moderador: Fern Lewis, Director de Desarrollo y Promoción de Exportaciones. Corporación de Inversión y desarrollo de Barbados (BIDC).

- Hermina Danzie Vitalis, Gerente General, Axcel Finance, Santa Lucía
- Jatón Jn. Baptiste, Oficial de Préstamos para Pequeñas Empresas, Axcel Finance, Santa Lucía
- Dav-Ernán Kowlessar, Consultor Gerencial de la Asociación Caribeña de Industria y Comercio (CAIC)

3:00 – 3:30 SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

3.30 - 4:30 **DEBATE GENERAL: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES). Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)
- Sandra Phillips, Embajadora de Barbados en Venezuela
- Jacqueline Emmanuel-Flood, Directora Ejecutiva de la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía
- Virginia Paul, Jefe de la Unidad de Política Comercial de la Comisión de la OECO

A N E X O I I

PALABRAS DEL ING. ANTONIO LEONE DURANTE, COORDINADOR DEL PROGRAMA REGIONAL DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (PROGRAMA SELA-PYMES) DE LA SECRETARÍA PERMANENTE DEL SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE (SELA), EN LA SESIÓN INAUGURAL.

Honorable Ministra de Comercio, Desarrollo de Negocios e Inversiones del Gobierno de Santa Lucía, Emma Hypolite;

Señor Rodinald Soomer, Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo Económico de la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO);

Su Excelencia Embajadora de Barbados en Venezuela, Sandra Phillips

Estimados participantes,

En nombre del Secretario Permanente del SELA, Embajador Roberto Guarnieri, nos complace darles la bienvenida a este evento. Tengo el placer de compartir con ustedes la sesión inaugural de este Seminario sobre la industria de la confección, la moda y el desarrollo económico en el Caribe, que el SELA organizó en colaboración con la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO), así como con el Ministerio de Comercio, Desarrollo de Negocios e Inversiones del Gobierno de Santa Lucía y la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía.

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) es un organismo regional intergubernamental creado en 1975. Por lo tanto, cumplirá 40 años en el próximo mes de octubre. El SELA tiene su sede en Caracas, Venezuela, y agrupa a 27 países de América Latina y el Caribe. El objetivo principal de esta organización es promover la concertación y coordinación entre sus Estados Miembros para la participación de América Latina y el Caribe como un bloque en foros internacionales o ante las economías del mundo. También pretende fomentar la cooperación para la promoción de la integración y el bienestar económico y social de nuestros países.

En este sentido, cabe señalar que uno de los programas más importantes desarrollados por el SELA desde finales de la década de 1990 se relaciona con la mejora de las condiciones para la promoción de pequeñas y medianas empresas, que son la piedra angular de la economía, el empleo y el bienestar de los países de América Latina y el Caribe.

La industria textil siempre ha sido un sector muy activo en la economía mundial. En particular, la industria del diseño de moda ha registrado 1,7 billones de dólares en 2012, al emplear a aproximadamente 75 millones de personas en todo el mundo.

Durante el "Seminario sobre la industria de la confección y el desarrollo económico en el Caribe", celebrado en Bridgetown, Barbados, los participantes analizaron los problemas que enfrentan las PYMES en la región, especialmente las microempresas en los sectores de moda y confección, al identificar varios nichos con gran potencial de desarrollo para estas empresas caribeñas (ropa para hombres y mujeres, vestidos de novia, accesorios y tapicería). Además, los participantes del Seminario analizaron el incremento de las actividades de este sector en nuestra región y otras regiones, especialmente en los mercados africanos, que han surgido rápidamente dentro de la industria textil y han llamado la atención de varias marcas de moda internacionales.

Entre las principales conclusiones y recomendaciones del seminario celebrado en Barbados, los expertos y representantes señalaron la necesidad de promover el desarrollo de una industria de la moda con potencial para el mercadeo mundial; cambiar estrategias en cuanto al uso y adopción del método sectorial para reposicionar el sector con un enfoque clave en la capacidad de los diseñadores y fabricantes para crear alianzas; y una identidad única para la venta de marcas de

24

diseño. Además, recomendaron promover la creación de asociaciones nacionales y de una Asociación Regional de Diseñadores de Moda.

Los objetivos de esta actividad son los siguientes:

- i) Sensibilizar acerca de la importancia de fortalecer sectores con potencial para el desarrollo; en este caso, el sector textil, como un mecanismo para el crecimiento económico y la generación de empleo;
- ii) Concientizar acerca de la importancia de las cadenas de valor en el Caribe con el fin de facilitar oportunidades para la manufactura de productos, compartir el conocimiento y garantizar el acceso a productos textiles y materias primas;
- iii) Revisar programas exitosos para la realización de actividades relacionadas con la industria de la moda;
- iv) Promover la creación de una red de instituciones y expertos relacionados con la industria e impulsar el intercambio de las mejores prácticas implementadas en otras regiones, con el fin de permitir que el sector tenga acceso a los mercados internacionales;
- v) Promover y fortalecer la capacitación de personal en cuanto al diseño y fabricación de productos relacionados con la industria de la moda.

Finalmente, quisiera reiterar nuestro agradecimiento a las organizaciones que colaboraron en la conducción de esta actividad, así como también a los ponentes y a todos ustedes, estimados participantes, por atender esta invitación, lo que garantiza que las presentaciones y propuestas que surgieron durante estos días permitirán diseñar nuevas actividades que promoverán la inserción de las micro, pequeñas y medianas empresas en los mercados regionales.

Muchas gracias.

A N E X O I I I

**PALABRAS DEL SR. RODINALD SOMMER, JEFE DE LA UNIDAD DE POLÍTICAS DE
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS DEL
CARIBE ORIENTAL (OECO), EN LA SESIÓN INAUGURAL.**

En nombre del Director General de la OECO, les transmito un saludo fraterno y mis mejores deseos para que el seminario sea exitoso.

Los representantes de la Comisión de la OECO nos sentimos profundamente honrados de copatrocinar este Seminario Regional sobre la industria de la moda y confección en el Caribe. Quisiéramos agradecer al Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) por consentir en llevar este Seminario a la OECO en 2015 y por sus expresiones de solidaridad y apoyo a nuestra incipiente industria de la moda y confección. Igualmente quisiéramos agradecer a la Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA) de Santa Lucía por su colaboración como patrocinador del evento y por su total apoyo a los esfuerzos para garantizar que nuestra región pueda organizar una reunión tan prestigiosa.

Nos complace profundamente que este Seminario tenga lugar en este momento del proceso de evolución y crecimiento de la OECO. Recientemente, el 18 de junio de 2015, celebramos nuestro aniversario 34, y han pasado casi cuatro años y medio desde que el Tratado Revisado de Basseterre constitutivo de la Unión Económica de la OECO entró en vigor. Creemos que llegó el momento de que nuestros emprendedores comiencen a cosechar los beneficios de las economías de escala que acompañan el establecimiento del espacio económico y financiero común de la OECO. Y, en gran medida, estamos aquí para discutir y convenir hoy y mañana sobre la manera en que los actores públicos y privados de la industria de la moda y confección puedan colaborar más de cerca para aprovechar las oportunidades de negocio en los mercados regionales y mundiales.

Parte del trabajo realizado en el sector de la moda que se analizará durante este seminario es el programa de desarrollo del sector privado que encabeza la Unidad de Negocios Competitivos (CBU) de la OECO, con sede en Dominica. La CBU de la OECO tiene la responsabilidad de dirigir nuestros esfuerzos hacia la construcción de la competitividad de empresas nacionales y regionales en sectores específicos en el marco de la Estrategia de Crecimiento y Desarrollo de la OECO, en particular las industrias creativas. Esta estrategia regional, que establece un marco amplio para la movilización de recursos y la intermediación de alianzas en torno a oportunidades nuevas o poco explotadas en la economía regional, considera a las industrias creativas, que incluye música/entretenimiento, audio-visuales/películas, moda y artesanía, como un sector que desempeña un papel importante en la estrategia de mediano y largo plazo para un desarrollo económico y social renovado en la OECO.

Entendemos que el SELA organizó un exitoso seminario en Barbados en el año 2014 y que considera el seminario de este año como parte de la continuación de los esfuerzos para reposicionar el sector de la moda y aprovechar el enorme crecimiento de la industria mundial de la moda y confección. El seminario de 2014, en el cual participó la OECO, concluyó que la región necesita promover el desarrollo de una industria de la moda con potencial de alcance mundial y desarrollar estrategias y enfoques para que los diseñadores y fabricantes regionales creen alianzas y desarrollen marcas nacionales y regionales para impulsar las ventas en el mercado mundial de la moda.

Como resultado de nuestra participación en el seminario del SELA en 2014, la Comisión de la OECO, a través de la CBU, realizó un importante estudio sobre el sector en todos los Estados Miembros. En este estudio y en el programa de trabajo permanente que es parte del proyecto de integración y comercio regional para la OECO del 10° Fondo Europeo de Desarrollo, se identificaron algunos de los principales problemas que afectan al sector y las áreas de oportunidades y crecimiento que se puede aprovechar para reanimar el sector en los Estados Miembros de la OECO. El estudio identificó un alto nivel de creatividad y habilidades entre las más

28

de 80 PYMES entrevistadas y reveló el enorme interés de las agencias gubernamentales focales en trabajar dentro del sector. Sin embargo, la realidad apunta hacia la necesidad de aumentar la actividad con el fin de estimular enfoques que abarquen todo el sector y que sean lo suficientemente amplios como para servir de plataforma viable para captar la atención de los interesados.

En ese sentido, el sector de la moda de la OECO está todavía poco desarrollado, lo que impide que los agentes económicos del sector sean realmente competitivos en el mercado mundial. Los países de la OECO no son lo suficientemente visibles en la industria mundial, debido en gran parte a que la región no está involucrada en los diferentes componentes de la cadena de valor, desde la producción de materias primas hasta la distribución del producto terminado.

Se ha observado que, en ausencia de una estética¹ del Caribe/OECO, los productos de moda de la región se ven limitados a competir con diseños internacionales, que ofrecen una considerable diferenciación de los productos y un alto valor agregado en un contexto internacional. Por lo tanto, la estructura actual en la que opera el sector de la moda en la OECO obstaculiza el crecimiento y desarrollo. Se requerirán cambios importantes para superar varios retos, tales como escaso conocimiento del negocio de la moda, los mercados externos, las cadenas de valor, la falta de capacitación en destrezas técnicas, la falta de apoyo institucional, entre otras áreas con deficiencia.

Por lo tanto, es fundamental que nosotros en la OECO destinemos más recursos y esfuerzos al desarrollo de capacidades, con el fin de construir una base sólida de diseñadores y otros actores que puedan aparecer con conceptos de diseño que reflejen la fuerte y vibrante herencia cultural de la región, su fascinante mundo del color y la potencia creativa de su entorno y su gente como elementos determinantes en el desarrollo de una identidad de la OECO.

En muchos Estados Miembros de la OECO, la industria de la moda se ha visto afectada por graves desafíos y reveses durante décadas. De hecho, el sector ha registrado caídas significativas en la contratación de la fuerza laboral, bajos aportes económicos a las economías nacionales y, en general, se ha ubicado en sus niveles más bajos de desempeño desde la década de 1980. Entre los asuntos críticos que enfrenta el sector están los problemas de capital circulante, altos costos de los servicios, falta de una fuerza laboral calificada, dificultades para obtener insumos y materias primas, competencia de productos importados especialmente de China, y la ausencia de una plataforma de comercio electrónico eficaz para promover nuevas áreas de desarrollo y mercadeo de productos.

En respuesta a estos retos, es imprescindible que el sector reciba un mayor apoyo y los niveles de atención necesarios para que sea más viable. Entre las principales opciones estratégicas están la evaluación de mezcla de productos y base de clientes; investigación y desarrollo; promoción de mercados creativos, especialmente entre diseñadores; eficacia en mercadeo y desarrollo de marcas; y capacitación y desarrollo.

De esta manera, la Comisión de la OECO recibe con beneplácito el hecho de que en este seminario se podrán revisar los resultados del estudio llevado a cabo recientemente y encontrar formas creativas de involucrar a las PYMES de la región de la OECO en la siguiente etapa de desarrollo de este importante programa de trabajo. Esto nos permitirá trabajar más estratégicamente con

¹ Empresario de moda Richard Young, de Trinidad y Tobago, ha sido promotor de una estética caribeña durante décadas.

empresas, así como con socios nacionales y regionales como TEPA y el SELA, que están activos en este campo.

Este seminario regional nos ofrece una oportunidad única de examinar el estado actual y potencial de la OECO como representante en el mercado mundial de la moda y la confección. También nos da la oportunidad de ponernos de acuerdo sobre enfoques viables para involucrar a los actores clave en los esfuerzos de desarrollo de la competitividad, con el fin de penetrar los mercados a los que ahora no podemos tener acceso debido a las deficiencias existentes en nuestras estrategias para producir productos de calidad lo suficientemente alta. Esperamos que los participantes estén preparados para explorar la amplia gama de posibilidades de cooperación regional, especialmente en áreas como formación y capacitación, movilización de recursos, desarrollo y mercadeo de marcas; y la adquisición conjunta de materias primas necesarias para producir productos de moda de alta calidad.

La Comisión de la OECO se compromete a poner todos los recursos a su disposición, tanto humanos como técnicos, para contribuir a la implementación de esta agenda regional y ayudar a nuestras empresas a asumir los múltiples desafíos que afectan actualmente su capacidad para ser de clase internacional. Estamos seguros de que, dada la enorme buena voluntad del SELA y de otros socios regionales y el interés de nuestras propias empresas, las agencias de desarrollo de negocios y promoción de exportaciones, estamos entrando en una fase determinante para el regreso exitoso de la OECO y la moda caribeña a su lugar legítimo en el mercado mundial. Este seminario regional promete ser un paso fundamental en esa dirección.

**PALABRAS DE LA HONORABLE SEÑORA EMMA HYPOLITE, MINISTRA DE COMERCIO,
DESARROLLO DE NEGOCIOS E INVERSIONES DE GOBIERNO DE SANTA LUCIA, EN LA
SESIÓN INAUGURAL.**

Dr. Didacus Jules, Director General de la Secretaría de la OECO;

Sr. Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYME);

Estimados participantes;

Señoras y Señores:

Les doy a todos una cordial bienvenida, y para todos aquellos que han viajado por mar para estar hoy con nosotros una calurosa bienvenida a nuestra hermosa isla. El gobierno de Santa Lucía se enorgullece de ofrecer la sede para este "Seminario sobre la industria de la confección, la moda y el desarrollo económico en el Caribe". Todos saben que el talento que agracia a nuestras islas es de clase mundial y puede competir con el de cualquier otro ícono internacional dentro de la industria de la moda, en todo el mundo. Nos caracterizamos no sólo por nuestro talento en esta industria, sino también por el algodón Sea Island que se produce en algunas de nuestras islas hermanas, que se vende a buenos precios y, sobre todo, sirve para crear prendas de vestir que son codiciadas por los gurús y magnates de la moda de todo el mundo.

Sin embargo, somos muy conscientes de los desafíos que enfrentamos en medio de esta abundancia de talento. Dichas dificultades se deben en gran parte al hecho de que no estamos en igualdad de condiciones frente a las capitales de la moda internacional: aquellas que tienen economías de escala a su alcance, gran fuerza laboral, así como acceso a mano de obra y materiales baratos. Esos factores crean una ventaja competitiva en la comunidad internacional y nos dejan en la retaguardia.

No obstante, agradecemos a organizaciones amigas, como el SELA y la OECO-CBU, que a través de sus propios programas de trabajo han realizado este seminario sobre la moda para que nosotros como una sola entidad (la región de la OECO) podamos destacar y abordar los problemas que enfrentamos y compartir ideas sobre cómo superarlos. Lo más importante es que gracias a vuestro apoyo estaremos en mejor posición para identificar nuestras fortalezas en este sector de servicios, que es un motor de la economía mundial.

Si analizamos la experiencia de Barbados, la vemos como un ejemplo de lo que hemos perdido ante los países más desarrollados. Barbados, cuya industria de la confección floreció en las décadas de los ochenta y noventa, ahora se ve eclipsado por las importaciones de los mismos elementos que antes producían. El algodón Sea Island producido en el Caribe es la materia prima utilizada para confeccionar una de las telas más caras del mundo. Pero nuestra incapacidad para crear esa tela, y por lo tanto el producto final, nos ha impedido disfrutar de sus beneficios económicos.

Lo que hemos reconocido es que dentro de nuestros propios territorios la mayoría de nosotros ha establecido agencias u Organizaciones de Apoyo Empresarial (BSOs) para las industrias creativas. Sin embargo, la industria de la confección parece ser un niño huérfano, ya que a menudo se le asignan muy pocos recursos para su avance; aunque estamos agradecidos de que ahora estamos viendo ciertos cambios, crecimiento y esperanza. En Santa Lucía, contamos con el Show de la "Alta Costura" de la moda, que se ha convertido en un clásico en el Festival del Jazz y las Artes de Santa Lucía, de renombre mundial. Sin embargo, deben realizarse mayores esfuerzos para abarcar todos los aspectos de la industria de la confección dentro del sector de las industrias creativas, tal como lo hemos hecho con la industria del entretenimiento y el teatro. Lo importante es que es necesario que haya una mayor colaboración entre las agencias del gobierno que se centran en el producto turístico y las que se centran en los aspectos comerciales de esta industria.

34

Como legisladores, debemos asegurarnos de que cultivamos el aspecto del diseño en la industria de la confección. Perfeccionar el arte y el diseño de las prendas de vestir sólo puede ser posible bajo tutela profesional en el ambiente adecuado. Debemos invertir en ello y nutrir nuestro talento a fin de hacer crecer esta industria. En las instituciones educativas secundarias y terciarias hay necesidad de incluir el tema de la moda en los planes de estudios; y debemos tener cursos impartidos por profesionales a fin de alentar a quienes desear incursionar en este campo tan dinámico.

Además, tenemos que prestar mayor atención a la cadena de valor de servicio de la industria de la moda, ya que ella, sin duda alguna, puede ayudar a impulsar las economías de nuestros países. Un error frecuente de los diseñadores de moda, e incluso de algunas Organizaciones de Apoyo Empresarial, es no hacer una clara distinción entre el aspecto comercial y el aspecto de los servicios en la industria de la moda. Los profesionales de la moda y de la confección, especialmente en esta parte de nuestra región, asumen demasiada responsabilidad en sus negocios. Allí, en esa arraigada cultura de "querer hacer todo uno mismo", es donde tenemos que hacer un cambio de paradigma. Tenemos que trabajar en el desarrollo de una mentalidad entre nuestra gente que genere confianza y fomente una mayor colaboración entre todos los actores dentro de la industria. Es imperativo que entendamos que debemos permitir que los vendedores vendan en el mercado, que los contadores lleven sus libros y que los diseñadores hagan sus diseños. Si alguien tiene el talento para ser diseñador, es inútil que enfoque su tiempo en la fabricación o la comercialización, ya que fácilmente se diluyen sus esfuerzos de hacer dinero en el área donde mejor se desempeña.

Para finalizar, me gustaría citar el documento base de este Seminario donde dice: "la industria textil siempre ha sido un sector muy activo en la economía mundial. En particular, la industria del diseño de moda ha registrado un incremento de 1,7 trillones de dólares en 2012, y emplea alrededor de 75 millones de personas en todo el mundo". Como nación, comunidad y organización, debemos asegurarnos nuestra porción del pastel en el mundo de la moda, que nuestra gente sea reconocida por su brillantez en el área del diseño, y que la marca de la OECO se construya sobre la base de nuestra creatividad. Pero esa base debe estar arraigada a nivel nacional. Uno no puede regionalizar un sistema sin base, y esa base debe ubicarse a nivel nacional.

Damas y caballeros, toda esta esperanza en el sector de la moda y la confección de la que he hablado esta mañana no tendría sentido y sería imposible de materializar, si no prestamos atención a la construcción de sólidas estructuras y modelos comerciales dentro de la industria. Aquí, en Santa Lucía, me complace señalar que mi Ministerio, en colaboración con el Ministerio responsable de las industrias creativas, está avanzando firmemente con una importante iniciativa para establecer un Consejo de Diseño de Moda. A través de este Consejo, nos proponemos reunir a todos los actores de la cadena de valor y construir esta industria de manera sostenible y colaborativa; porque solamente cuando nos unimos como pueblo, bajo un marco bien estructurado, es cuando podemos competir con ese gran mundo que está allá afuera.

Una vez más, me gustaría agradecer a la OECO y al SELA por organizar este evento, que es tan oportuno para nosotros, teniendo en cuenta nuestros propios esfuerzos nacionales en este momento. Y por lo tanto, exhorto a todos los participantes a comprometerse profundamente con los debates durante los próximos dos días y a tener sesiones muy fructíferas.

Muchas gracias.

A N E X O V

LISTA DE PARTICIPANTES

ANGUILLA

Sra. Janay Reymond
 Feelo'je Designs
 The Valley, Anguilla
 E-mail: info.feeloje@gmail.com
 Especialidad: Trajes de baño de diseñador

ANTIGUA Y BARBUDA

Sra. Sandra Joseph
 Secretaria Permanente
 Ministerio de Comercio, Industria,
 Deportes y Culture
 St. John's, Antigua
 E-mail: Sandra.joseph@ab.gov.ag
 Tel.: 268-462-1532

Sra. Jean-Marie Thomas
 Directora General
 Ajeante
 P.O. Box 2255, Glenette's Bldg., High Street
 St. John's, Antigua
 Tel.: 2685621223
 E-mail: ajeante@hotmail.com
 Especialidad: Ropa femenina de diseñador

Sra. Julianne Jarvis
 Oficial de Implementación de Proyectos
 Coalition of Service Industries Inc.
 St. John's, Antigua
 Tel.: 268 562 7216
 Celular: 268 562 7215
 E-mail: info@abcsi.org
 Especialidad:

BARBADOS

Sra. Sandra Phillips
 Embajadora de Barbados en Venezuela
 Caracas
 Tel.: 313 3430
 E-mail: sphillips@foreign.gov.bb;
caracas@foreign.gov.bb;
bboscaracas@yahoo.com

Fern Lewis
 Director
 Export Development and Promotion (Ag)
 Corporación de Inversión y Desarrollo de
 Barbados (BIDC)
 P.O. Box 1250. Pelican House. Princess Alice
 Highway. Bridgetown, St. Michael. Barbados,
 BB 11000
 Tel.: (246) 427-5350
 Fax: (246) 426-7802
 E-mail: flewis@BIDC.ORG; bidc@bidc.org;
strotman@bidc.org; pwaithe@BIDC.ORG

Denise Lawrence
 Oficial de Desarrollo de Negocios
 Corporación de Inversión y Desarrollo de
 Barbados (BIDC)
 P.O. Box 1250. Pelican House. Princess Alice
 Highway. Bridgetown, St. Michael. Barbados,
 BB 11000
 Tel.: (246) 427-5350
 Fax: (246) 426-7802
 E-mail: dlawrence@BIDC.ORG; bidc@bidc.org;
strotman@bidc.org;

Sra. Pamela Coke-Hamilton
 Directora Ejecutiva
 Caribbean Export Development Agency
 1st Floor Baobab Tower Warrens
 St. Michael, Barbados
 Tel.: 246436 0578
 Celular: 246 436 9999
 E-mail: infor@carib-export.com

Hector Belle
 Director
 Samuel Jackman Prescod Polytechnic
 Widley
 St. Michael, Barbados
 Tel.: 246 426 1920
 Celular: 246 426 0843
 E-mail: aheadley@sjpp.edu.bb

38

Sr. Reuben Blenman
 Presidente
 Barbados Coalition of Services
 Building #3 Unit 2B Harbour Industrial Estates
 St. Michael, Barbados
 Tel.: 246 429 5357
 Celular: 246 234 2307
 E-mail: rblenman@bcsi.org.bb

DOMINICA

Sra. Marlene Jean Jacques
 Directora General
 Caribbean Apparels
 9 King George V Street
 Roseau, Dominica
 Tel.: 767 448 0118
 Celular: 767 317 0679
 E-mail: marlyn.jeanjacques@gmail.com
 Especialidad: Custom made and corporate uniforms

Sra. Rhoda Letang
 Directora Ejecutiva
 Invest Dominica
 P.O. Box 293
 Roseau, Dominica
 Tel.: (767) 448-2045
 Celular: (767) 448-5840
 E-mail: rletang@dominica.dm

GRENADA

Sra. Jessie-Ann Jessamy
 Veronica's Visions Design Studio
 Concord
 St. John's, Grenada
 Tel.: 473 444 8456
 Fax: 473 4048154
 E-mail: spicebox26@spiceisle.com

GUADALUPE

Sr. Teddy ISIMAT_MIRIN
 Stratégies Caraïbes
 Guadalupe
 E-mail: strategies-caraibes@orange.fr

HAÏTÍ

Charlotte Tanis
 Your Size
 Atelier de Couture / Broderie Industrielle
 E-mail: your.size@hotmail.com
 Tel.: 509-3481-1515/509-3846-4545/509-2949-1515

JAMAICA

Nora Blake
 Oficial Técnico/Asesora Especial
 Ministerio de Industria, Inversión y Comercio
 Dirección: 4 Santa Lucía Avenue. Kingston 5,
 Jamaica, W.I.
 Tel.: (001-876) 968-7116 / (001-876) 924-8452
 al 56
 Fax. (876) 960-7422
 E-mails: ppercy@miic.gov.jm;
 slane@miic.gov.jm
 Sitio Web: www.miic.gov.jm/
 CC: Sra. Vivian Brown, Permanent Secretary

MARTINICA

Sra. Marie-Noelle Catayee
 Jefa del Departamento Internacional
 Cámara de Comercio de Martinica
 Martinica
 E-mail: mncatayee@martinique.cci.fr
 Especialidad:

MONTSERRAT

Sra. Cheryl Cassell
 Kassell Deignz
 Brades, Montserrat
 Tel: [664 - 491-7745](tel:664-491-7745)/491-3159
 E-mail: kbcheryl@hotmail.com

SURINAME

Sra. Marion Stekkel
 Presidenta de Women in Business Group
 Suriname Business Forum
 Tel.: (597)493500
 Fax. (597) 499011
 E-mail: gvandijk@sbc.sr;
marionstekkel@gmail.com;
wbshumanresources@gmail.com

SAN CRISTÓBAL

Sra. Judith Rawlins
Gerente
Brown Sugar
Rams Building
Bay Road, St. Kitts
Tel.: 869 662 7650
Celular: 869 446 8256
E-mail: brownsugarjr@gmail.com
Especialidad: Ropa femenina de diseñador

SANTA LUCÍA

Emma Hypolyte
Ministra de Comercio, Desarrollo de Negocios e Inversiones
Ministerio de Comercio, Desarrollo de Negocios, Inversiones y Asuntos del Consumidor
CASTRIES, SANTA LUCÍA
E-mail: emma.hippolyte@govt.lc;
mincommerce@govt.lc
Tel.: (758)468 4213
Fax: (758)453 7347

Emmanuel Gerald
Director – Departamento de Comercio e Industria
Ministerio de Comercio
Santa Lucía
Tel.: (758) 468 4210
E-mail: Emmanuel.gerald@govt.cl;
egerald@gosl.gov.lc

Junia Emmanuel-Belizaire
Oficial de Comercio e Industria
Ministerio de Comercio, Desarrollo de Negocios, Inversiones y Asuntos del Consumidor
CASTRIES, SANTA LUCÍA
Tel.: (758)468 4213
Fax: (758)453 7347
E-mail: junia.emmanuel-belizaire@govt.cl

Sra. Natasha Edwin- Walcott
Gerente de Mercadeo, Políticas, Defensa y Comunicaciones
Mc Hale Andrew
Invest Santa Lucía
1st Floor Heraldine Rock Building The Waterfront Castries Santa Lucía
Tel.: 758 457 3400 - 758 728 9797 - 758 452 1841
E-mail: nwalcott@investstlucia.com

Sr. Earland Labadie
Oficial Senior de Servicios de Inversiones
Invest Santa Lucía
1st Floor Heraldine Rock Building The Waterfront Castries Santa Lucía
Tel.: 758 457 3400 - 758 728 9797 - 758 452 1841
E-mail: elabadie@investstlucia.com

Sra. Tarriba do Nascimento
Propietaria
Meme Bete
P.O Box 838
Castries, Santa Lucía
Tel.: 758 384 9863
E-mail: meme.bete@gmail.com
Web: www.memebete.com
Especialidad: Carteras de cuero

Sra. Lyn Bristol
Propietaria
LBM Designs
P.O. Box 951, Level III, Marcole Plaza
Kingstown, Santa Lucía
Tel.: 7844560030
Fax: 7844561207
E-mail: elbeem2000@gmail.com
Especialidad: Ropa femenina

Sra. Nadia Jabour
Directora General
Designs by Nadia
Santa Lucía
Tel.: 758 584 7877
E-mail: njabour@hotmail.com
Especialidad: Orfebrería

40

Mae Wayne
The Star Publishing Company
Gros Islet, Santa Lucía
Tel.: 758-450-7827
E-mail: infostar@stluciastar.com;
nfostar@stluciastar.com

Sra. Carmen Penco
Presidenta
Carmen Penco School of Fashion Design
Santa Lucía

Sra. Hermina Danzie Vitalis
Gerente General
Axcel Finance
Santa Lucía

Sr. Jaton Jn. Baptiste
Oficial de Préstamos para la Pequeña Empresa
Axcel Finance
Santa Lucía

Leo Titus Preville
Secretario Permanente
Ministerio de Comercio e Industria
Santa Lucía
Tel.: (758) 468-4218/ (758) 468-4202
Celular: (758) 453-7347
E-mail: mincommerce@govt.lc

Yvonne Agard
Directora Ejecutiva
Coalition of Services
Tapion
Castries, Santa Lucía
Tel.: +758 452-7864
Fax: +758 452-8695
E-mail: yvonne.agard@slcsi.org

Sra. Joycie Mederick
Gerente
Cinnamon Productions
Castries, Santa Lucía
Tel: [758-458-0833](tel:758-458-0833)/584-0203
E-mail: cinnamonproductions@yahoo.com

Sr. Adrian Augier
Consultor
Economic Development to the Landmark
Group
Castries, Santa Lucía
Tel.: [758-452-8416](tel:758-452-8416)/218-2666/450-1666
E-mail: adrianaugier@gmail.com

Hon. Lorne Theophilus
Ministro de Turismo, Patrimonio e Industrias
Creativas
Castries, Santa Lucía
Tel: [758-584-0203](tel:758-584-0203)/722-4399
E-mail: lorne.theophilus@govt.lc

Sr. Petrus Compton
Presidente
Fundación de Desarrollo Cultural de Santa
Lucía
Castries, Santa Lucía
Tel.: 758-724-8037/712-8882
E-mail: petruscompton@cdfstlucia.org

Sr. Gregory Lorde
Diseñador
Gregory Lord Designs
Tel: 758-519-3063/451-8003
E-mail: gregorylorddesignslord5@gmail.com

Sr. Christopher Joseph
Gerente
Immortals
Block B, Unit 9, darling Road
Castries, Santa Lucía
Tel.: 7584518455
Fax: 7584519704
E-mail: immortalsinc@hotmail.com
Especialidad: Uniformes corporativos para
damas y caballeros

Sr. Shamsunder Jarbandon
Director General
S& K Manufacturing
Bois D' Orange P.O Box GM557
Castries, Santa Lucía
Tel.: 758 450 1284
Celular: 758 450 4385
E-mail: Shamsmfgltd@msn.com
Especialidad: Camisetas para damas, caballeros
y niños

SAN VICENTE

Sra. Kimya Glasgow
 Directora Creativa
 Kimya Glasgow Inc.
 P.O Box 1493
 Prospect, St. Vincent
 Tel.: 784 491 2088
 Celular: 784 493 5639
 E-mail: kimya.glasgow@gmail.com
 Especialidad: Ropa femenina de diseñador

TRINIDAD Y TOBAGO

Sra. Glenda Joseph-Dennis
 Junta Directiva de National Entrepreneurship
 Development Company Limited (NEDCO)
 Ministerio del Trabajo y Desarrollo de la
 Pequeña y Micro Empresa
 Dirección: Head Office, Level 5 & 6, Tower C,
 International Waterfront Centre. #1 Wrightson
 Road,
 Puerto España
 Tel.: (868) 625-8478 Extensiones:1313-1312 /
 8686834150 DIR
 Fax. 6866249126
 E-mails:
glendajo2011@gmail.com;
natasha.ramkissoon@gmail.com;
barkerm@gov.tt

Liza Miller
 Directora General
 Estuary PR Limited
 Sunnydale Townhouses, Unit #22, 5 Pasea
 Street
 St. Augustine, Trinidad & Tobago
 Tel.: (868) 367-5295
 E-mail: liza@estuaryPR.com;
liza@kajdesigns.net

TÓRTOLA, ISLAS VÍRGENES BRITÁNICAS

Sra. Kristin Frazer
 Directora Ejecutiva/Directora Creativa
 Trefle Clothing
 P.O Box 26
 Roadtown, Tortola, BVI
 Celular: 284 543 4089
 E-mail: kfrazer@trefledesigns.com
 Especialidad: Trajes de baño de diseñador

Sra. Joy Scatliffe
 Directora Ejecutiva
 National Business Bureau - Department of
 Trade & Consumer Affairs
 2nd Floor Sebastian Building 33 Admin Drive
 Roadtown, Tortola, BVI
 Tel.: 284 494 3701
 Celular: 284 468 2918
 E-mail: jscatliffe@gov.vg

ORGANIZACIONES REGIONALES**ASOCIACIÓN CARIBEÑA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (CAIC)**

Dav-Ernán Kowlessar
 Consultor Gerencial
 Asociación Caribeña de Industria y Comercio
 (CAIC)
 Trinidad y Tobago
 Telefax: 1-868-625-8766
 E-mail: davek@dykondevelopments.com;
caic.admin@gmail.com; management@carib-commerce.org

ORGANIZADORES**ORGANIZACIÓN DE ESTADOS DEL CARIBE ORIENTAL (OECO)**

Sr. Rodinal Soomer
 Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo
 Económico
 Comisión de la OECO
 Morne Fortune, Castries
 Santa Lucía
 Tel.: [758-455-6344](tel:758-455-6344)
 E-mail: rsoomer@oecs.org

Sra. Virginia Paul
 Jefa de la Unidad de Políticas Comerciales
 Comisión de la OECO
 Morne Fortune, Castries
 Santa Lucía
 Tel.: [758-455-6000 ext. 6525](tel:758-455-6000_ext.6525)
 E-mail: vpaul@oecs.org

42

Sobers Esprit
Oficial de Desarrollo de Negocios – Industrias Creativas
Unidad de Desarrollo de Exportaciones de la OECO
4th Floor Financial Centre. Roseau, Dominica.
Tel.: 767-448-2240
Skype: sobersesprit
Fax: 767-448-5554
E-mail: sesprit@oecs.org

Cecilia St. Rose
Unidad de Negocios Competitivos (CBU)
Comisión de la OECO
Financial Centre | 4th Floor | Kennedy Avenue |
Roseau, Dominica
Tel.: 767-448-2240
Fax: 767-448-5554
E-mail: cstrose@oecs.org

Michele Reis
Investigadora/Consultora en Relaciones Internacionales sobre Migración y Asuntos de la Diáspora
Trinidad y Tobago, W.I.
Tel.: (868) 662 4341
mreis@tstt.net.tt

AGENCIA PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO (TEPA)

Jacqueline Emmanuel
Directora
Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA)
2nd Floor, Hewanorra House, Pointe Seraphine. Castries, Santa Lucía. P.O. Box CP 5524
E-mail: info@tepa.org.lc;
jemmanuel@tepa.org.lc
Tele.: 1-758-468-2145/2286 | Fax: 1-758-452-4606
Sitio Web: <http://tepa.org.lc/>

Glenfield Gilbert
Oficial de Información Comercial
Agencia para la Promoción del Comercio (TEPA)
2nd Floor, Hewanorra House
Pointe Seraphine
Castries, Santa Lucía
Línea directa: 758 468 2051
Facsimile: 758 452 4606
E-mail: ggilbert@tepa.org.lc;
Sitio Web: www.tepa.org.lc

SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE (SELA)

Antonio Leone Durante
Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES).
Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)
E-mail: aleone@sela.org;
antonioleone@yahoo.com

A N E X O V I

LISTA DE DOCUMENTOS

LISTA DE DOCUMENTOS

SP/SFGIEDC/DT No. 1-15	Agenda
SP/SFGIEDC/Di No. 1-15	Ing. Antonio Leone Durante, Coordinador del Programa Regional de América Latina y el Caribe para la Pequeña y Mediana Empresa (Programa SELA-PYMES) de la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), Sesión Inaugural
SP/SFGIEDC/Di No. 2-15	Sr. Rodinald Soomer, Jefe de la Unidad de Políticas de Desarrollo Económico de la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS), Sesión Inaugural
SP/SFGIEDC/Di No. 3-15	Honorable Sra. Emma Hypolite, Ministra de Comercio, Desarrollo de Negocios e Inversiones del Gobierno de Santa Lucía, Sesión Inaugural
SP/SFGIEDC/Di No. 4-15	<p>Las perspectivas para la industria de la moda y prendas de vestir en el desarrollo económico del Caribe</p> <p>Nora Blake, Oficial Técnico y Asesora Especial del Ministerio de Industria, Inversión y Comercio (MIIC) de Jamaica</p>
SP/SFGIEDC/Di No. 5-15	<p>Fomentar y fortalecer la capacitación del personal en el diseño y fabricación de productos relacionados con la industria de la moda</p> <p>Marion Stekkel-Vroom, Presidenta de "Women in Business Group del Foro de Negocios de Suriname (Suriname Business Forum - SBF),</p>
SP/SFGIEDC/Di No. 6-15	<p>Perspectivas para la industria de la moda y confección en el desarrollo económico del Caribe. Recomendaciones de políticas públicas de apoyo a la industria de la moda y confección en el Caribe</p> <p>Glenda Joseph-Dennis, Miembro del Consejo Directivo de la Compañía de Fomento Empresarial Nacional (NEDCO) del Ministerio de Trabajo y Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa de Trinidad y Tobago</p>

46

SP/SFGIEDC/Di No. 7-15	Factores para fortalecer la cadena de valor en el sector de la moda, CREATIVO 2020, la Experiencia de Guadalupe Teddy Isimat-Mirin, de Stratégies Caraïbes de Guadalupe
SP/SFGIEDC/Di No. 8-15	Posicionamiento El Caribe para ganar: penetrar en el mercado internacional de la moda Liza Miller, Directora General de Estuary PR Limited y Directora Ejecutiva de Kaj Designs Limited, de Trinidad y Tobago
SP/SFGIEDC/Di No. 9-15	Reunión Regional de validación en la moda y la industria de la confección en la OECO. Presentación del Informe de Evaluación de la OECO a la Industria de la Moda Perspectivas para la industria de la moda y confección en el Desarrollo Económico del Caribe. Recomendaciones de Políticas Públicas de Apoyo a la industria de la moda y confección en el Caribe Michele N. Reis, Investigadora y Consultora en Relaciones Internacionales sobre Migración y Asuntos de la Diáspora de Trinidad y Tobago
SP/SFGIEDC/Di No. 10-15	Perspectivas para la industria de la moda y confección en el Desarrollo Económico del Caribe. Recomendaciones de Políticas Públicas de Apoyo a la industria de la moda y confección en el Caribe Charlotte Tanis, Diseñadora y Propietaria de Your Size Tailoring Shop en Haití
SP/SFGIEDC/Di No. 11-15	La promoción del desarrollo económico en la industria de la moda y confección. Factores para fortalecer la formación de clústers y cadenas de valor Dav-Ernán Kowlessar, Consultor Gerencial de la Asociación Caribeña de Industria y Comercio (CAIC),
SP/SFGIEDC/ Di No. 11-15	Lista de Participantes