



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Retos, Oportunidades y Acciones Propuestas para la Industria Textil / Prendas de Vestir Puebla - Tlaxcala

20 de noviembre de 2008

Chris Cole

Solange Muñiz Rodríguez

Walter Wilhelm





Empresas entrevistadas

27 compañías del sector de vestido fueron entrevistadas en los Estados de Puebla y Tlaxcala.

El grupo de compañías incluyó empresas micro, pequeñas, medianas y grandes:

- 24% micro
- 15% pequeñas
- 15% Medianas
- 46% grandes

Del grupo:

10% son informales

27% producen exclusivamente para el mercado doméstico

10% producen exclusivamente para el mercado exportador

63% producen para ambos mercados

43% utilizan tela mexicana



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Equipo ONUDI

- **Dr. Christine Cole** – Directora, Clemson Apparel Research y profesora de ciencia de materiales y ingeniería, Clemson University, SC, USA. 33 años experiencia en investigación de manufactura de textil, educación, consultoría. Trabajando en proyectos con ONUDI en Turkmenistan, con la Fundación Nacional de Ciencias de EEUU en Egipto, con USAID en Tailandia, con el Gobierno de Hong Kong en Hong Kong
- **Solange Muniz Rodriguez** – Asociado Principal de Walter Wilhelm Associates. Experto Internacional en materia de confección. 39 años de experiencia en manufactura y compras para marca reconocidas y distribuidoras en EEUU. Experiencia de producción y compras en México, los países de Centroamérica, Colombia, Viet Nam, China y India. Anteriormente dueño de una empresa de prendas de vestir en Los Angeles (EEUU).
- **Walter Wilhelm** – Experto en Mercadotecnia. Presidente / Director de Walter Wilhelm Associates. Más de 40 años en distribución, manufactura, desarrollo de tecnología en el sector de vestido. Conferencista frecuente en conferencias de la industria. Ha trabajado en estudios y proyectos de industrias de prendas de vestir en El Salvador, Haití, República Dominicana y Japón.



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Objetivo del Proyecto:

- **Analizar** la industria textil y del vestido en Puebla y Tlaxcala, a través de investigación y entrevistas con instituciones y compañías interesadas.
- **Identificar** fortalezas y debilidades de la industria en relación con la industria internacional.
- **Recomendar** programas e iniciativas para reposicionar la industria hacia una mejor competitividad y crecimiento.



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



¿Por qué es importante una industria textil/del vestido “saludable”?

- Una industria textil y de vestido no solo es importante para los empresarios sino para toda la sociedad y el gobierno
- Estudios muestran que un trabajador de la industria de textil que pierde su trabajo no fácilmente encontrará otro; muchas veces se quedan sin empleo y se convierten en una carga para los sistemas de seguridad social.
- Hay un efecto multiplicador: un trabajador en la industria textil/de vestido generalmente apoya a 3 ó 4 personas/familiares; 1 empresa textil tendría impacto en hasta 20 proveedores.
- En la región Puebla/Tlaxcala la industria textil/del vestido representa 60% de todo el empleo, aunque solo 4% del PIB.

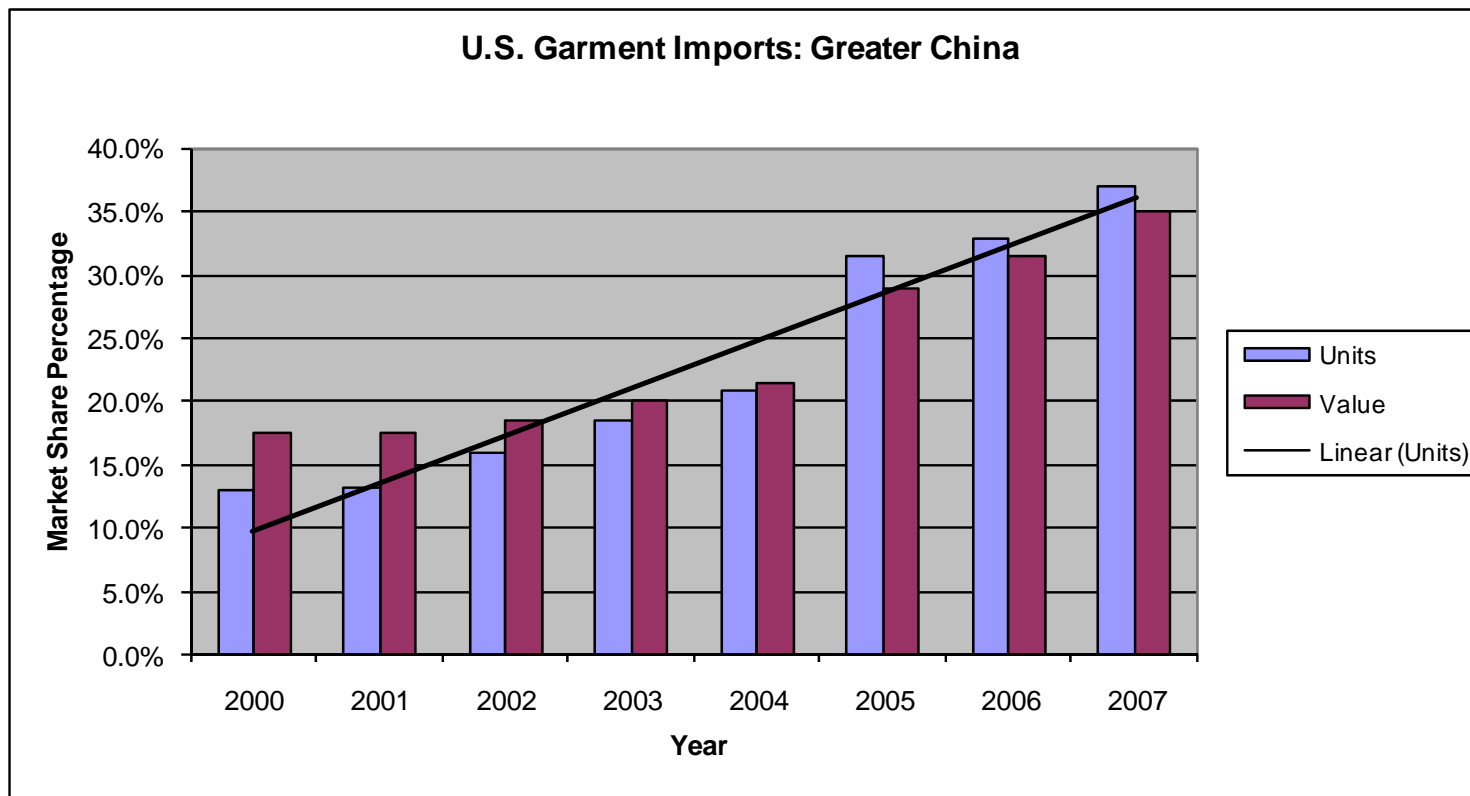


Situación en la Industria Textil/de Vestido

- La posición de China en el mercado de EEUU sigue creciendo, sin embargo empresas importantes regresan con producción al hemisferio.
- El Tratado de Libre Comercio de América Central/República Dominicana (CAFTA-DR) sufrió un descenso pero solo la República Dominicana experimentó una baja tan fuerte como México; Honduras y el Salvador son los “ganadores”.
- La industria textil/del vestido exportadora en México (incl. Puebla y Tlaxcala) sufrió un declive significativo durante los últimos 7 años.
- La industria de vestido en México tiene más complicaciones por importaciones ilegales, un creciente sector informal y cooperación ineficaz entre instituciones gubernamentales.
- Algunas compañías mexicanas tienen nivel mundial, sin embargo prevalece todavía una “mentalidad de maquila”.
- El TLCAN y la proximidad geográfica con EEUU deberían hacer de México el principal proveedor para los compradores importantes de EEUU; sin embargo los temas fronterizos tienen que ser resueltos y el servicio que ofrecen los proveedores mexicanos tiene que ser mejorado.



Crecimiento de importaciones de EE.UU. de China



Source: The Birnbaum Report, Import Analysis, May 2008, pg. 84

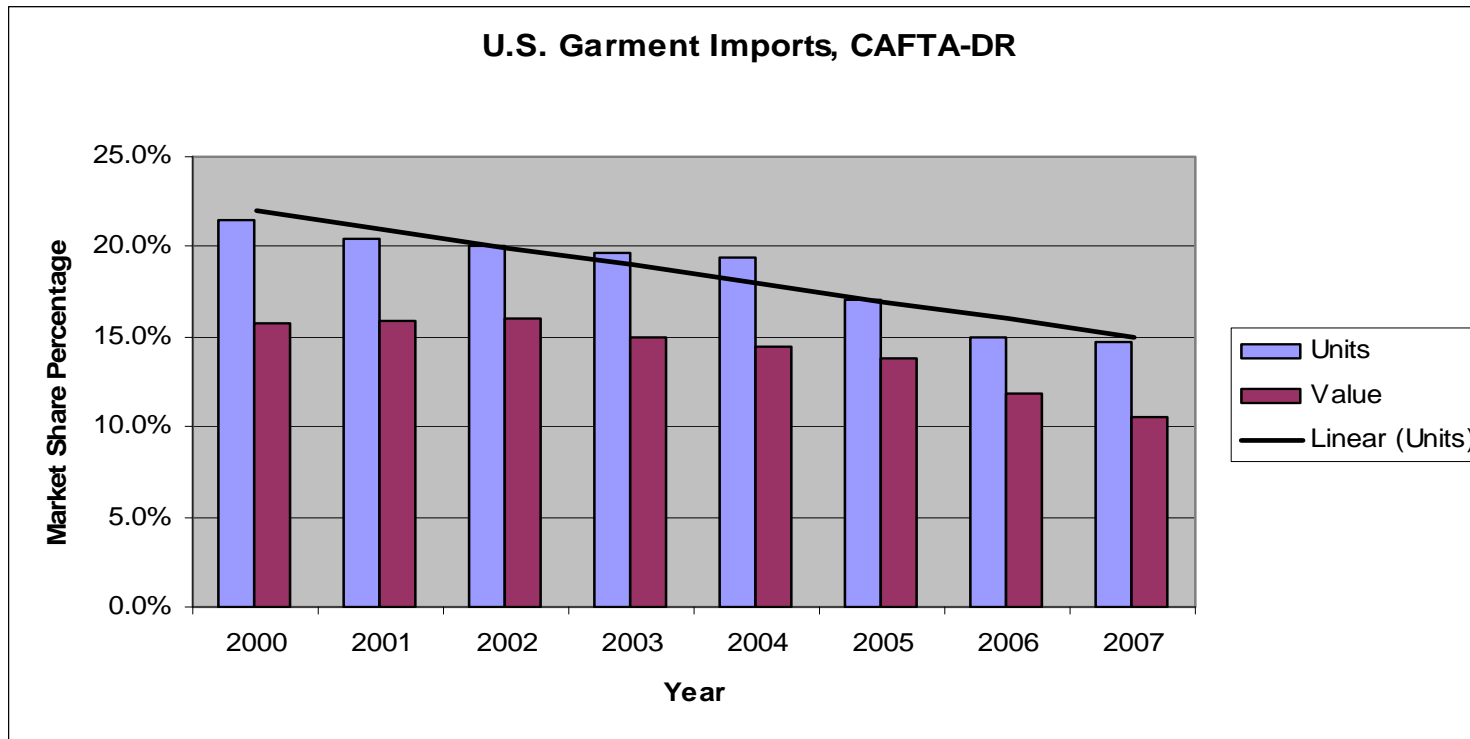
Diapositiva 8

WU3

: Growth of US Imports from China

Windows User, 18/11/2008

Las Importaciones de Prendas de Vestir de EE.UU de CAFTA – DR declinan gradualmente



Source: The Birnbaum Report, Import Analysis, May 2008, pg. 84

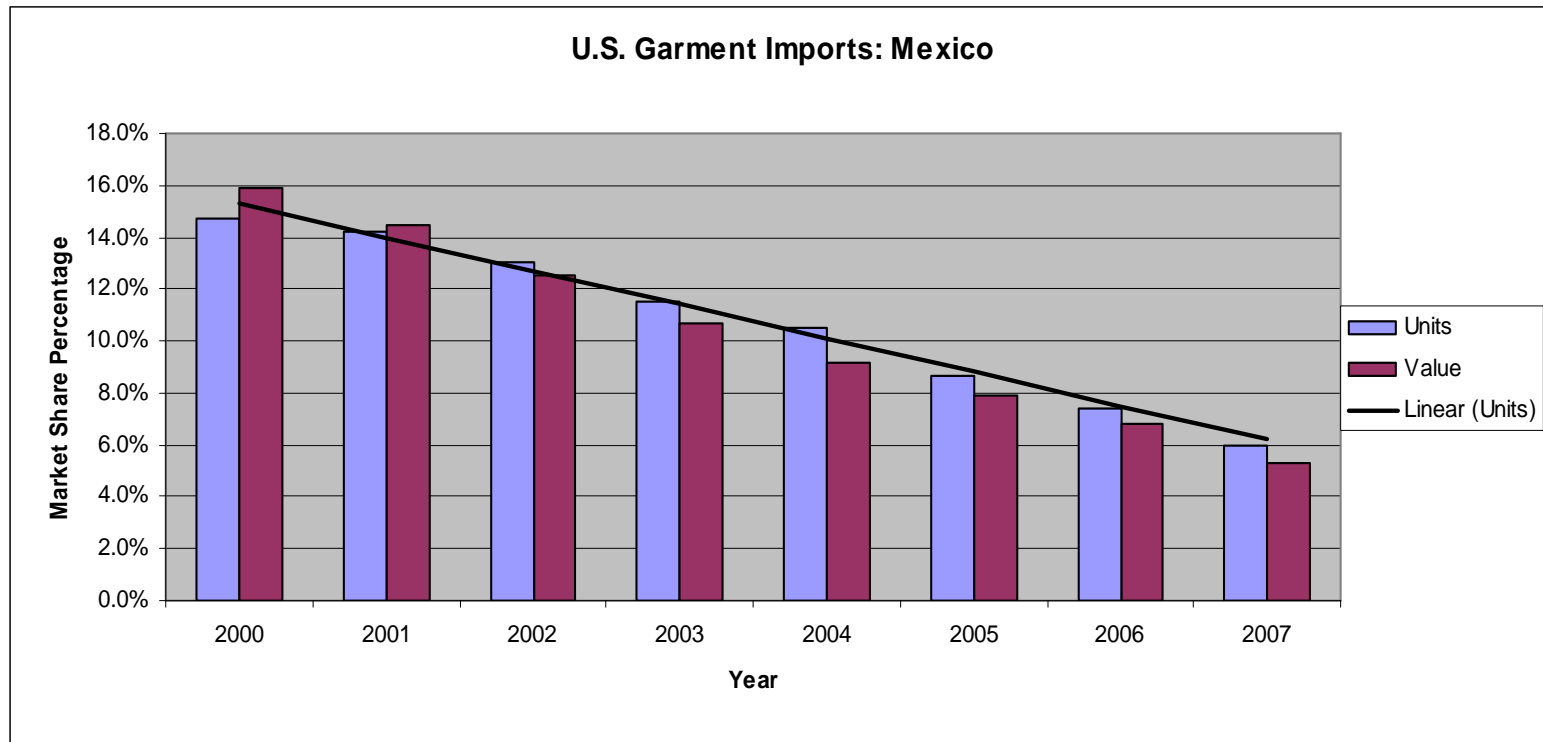
Diapositiva 9

WU4

Windows User, 18/11/2008



Las Importaciones de Prendas de Vestir de EE.UU. de México decrecen



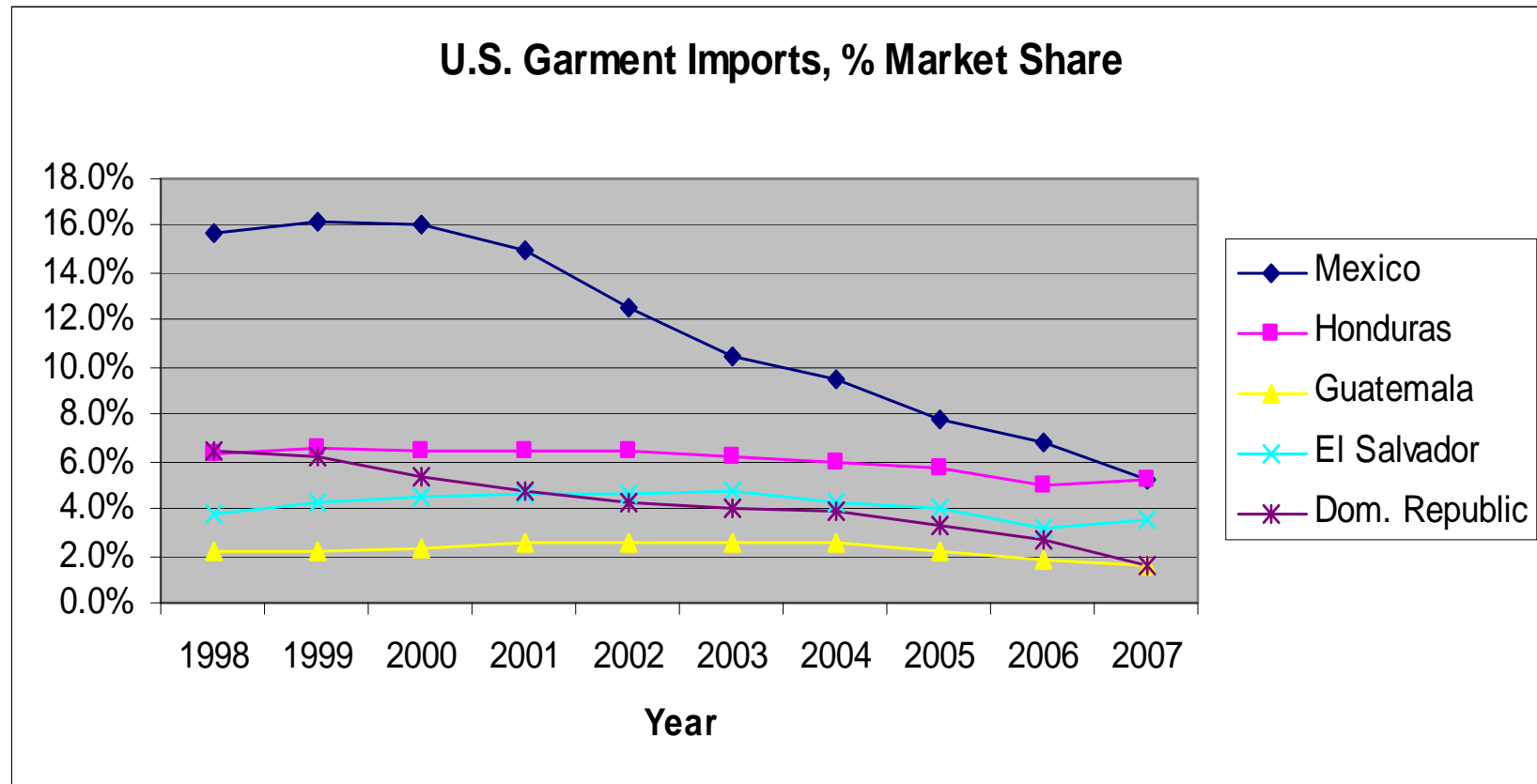
Source: The Birnbaum Report, Import Analysis, May 2008, pg. 69

Diapositiva 10

WU5 : Decline of US Import from Mexico
Windows User, 18/11/2008



Competencia en la región



Source: The Birnbaum Report, Import Analysis, Feb. 2008



Ayer era “fácil” - ¿Qué pasó?

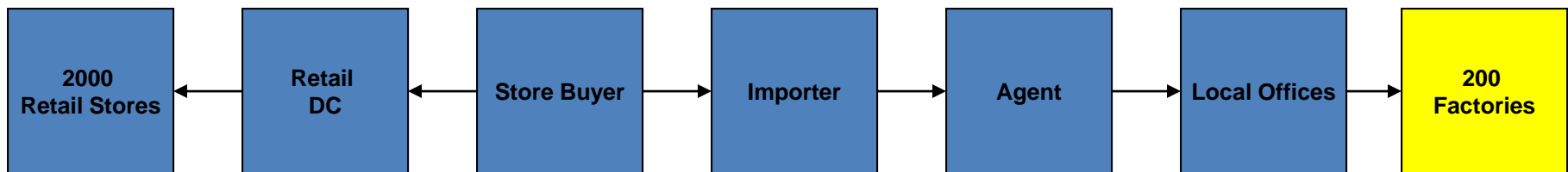
- *La industria global cambió*

- El sistema de cuotas fue eliminado, lo que introdujo la competencia global
- Asia (China) redefinió la competencia global y el nivel de servicio requerido para competir:
 - Más estilos, pedidos más pequeños
 - Énfasis en velocidad-al-mercado
 - Marcas grandes y distribuidores requieren mejor servicios
 - Cambio de CMT (Cut-Make-Trim) hacia “Full Package”

En el pasado, las empresas podían esperar los pedidos y producían lo que se les pedía. El entorno de hoy requiere un enfoque y una mentalidad totalmente diferentes para competir exitosamente



Cadena de valor del vestido bajo el sistema de "maquila"



Pre-Producción

Análisis de tendencias
Conceptos
Diseño

Post-Producción

Distribución a las tiendas

Pre-Producción

Diseño Técnico
Desarrollo de telas
Desarrollo de componentes
Compra de materia prima
Producción de patrones
Muestras
Transporte local
Pago Carta e Crédito
Crédito (si aplica)

Post-Producción

Transporte
Aduana
Pago de impuestos
Transporte local

Producción

Comunicación
Seguimiento de pedidos
Inspección

Pos-Producción

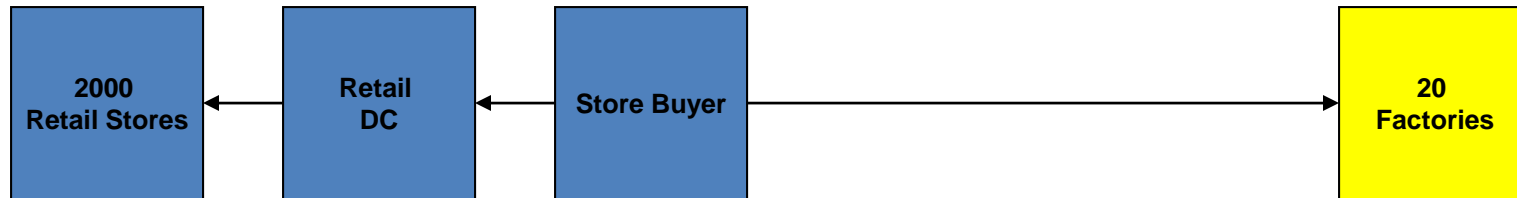
Transporte

Producción

CMT
(muchos solo MT)
FOB (Free On Board)



Cadena de valor actual: Las responsabilidades de las compañías cambiaron **drásticamente**



Pre-Producción

Análisis de tendencias
Conceptos
Diseño

Pre-Producción

Desarrollo de tendencias en conjunto
Conceptos en conjunto
Diseño en conjunto
Diseño tecnológico
Desarrollo de telas
Desarrollo de componentes
Producción de patrones
Muestras
Transporte local
Pago CDC
Crédito

Producción

Comunicación
Seguimiento de órdenes
Compras de materia pr.
CMT
Inspección
Preparación de producción
Pos-Producción

Pos-Producción

Impuestos
Distribución a tiendas
Aduana

Esa lámina es MUY importante porque muestra todas las tareas que un proveedor tiende que realizar para ser completamente “full-package”. También muestra las mejores oportunidades de negocio para los que pueden cumplir.



Perfil de la Industria Textil: 2000 y 2006

Puebla

En 2000:

No. Empresas – 47

No. Empleados – 12,283

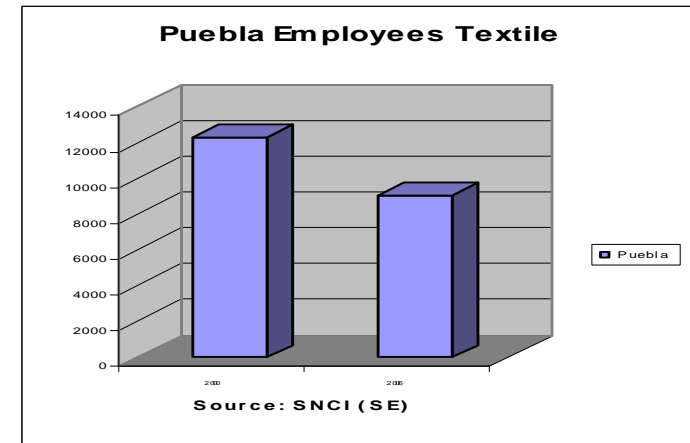
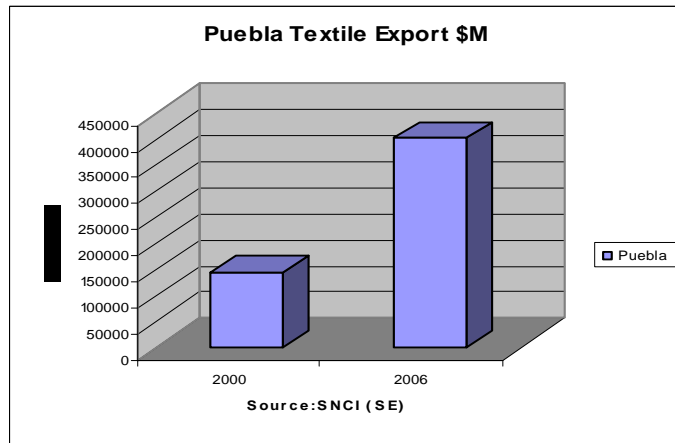
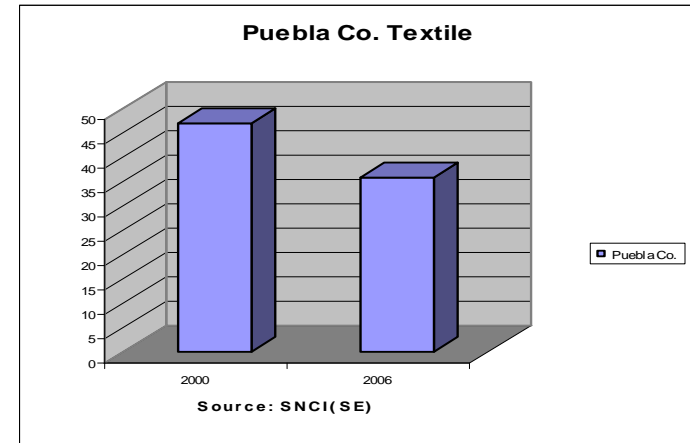
Exportaciones US \$M 144.151

En 2006:

No. Empresas – 36

No. Empleados – 9,023

Exportaciones US \$M 401.570





Perfil de la Industria del Vestido: 2000 y 2006

Puebla

En 2000

No. Empresas – 162

No. Empleados– 44,951

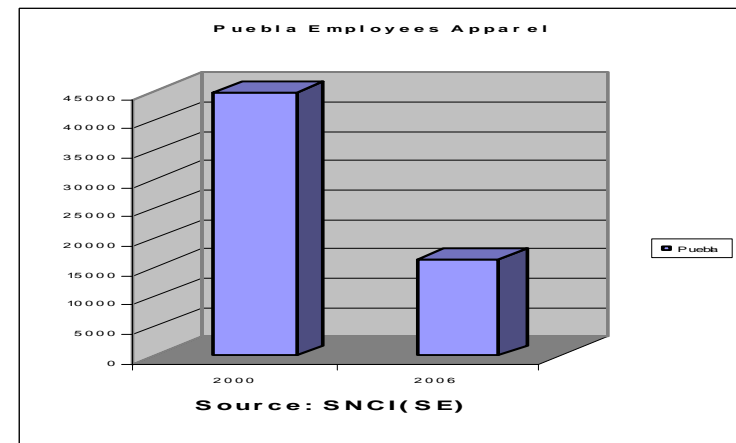
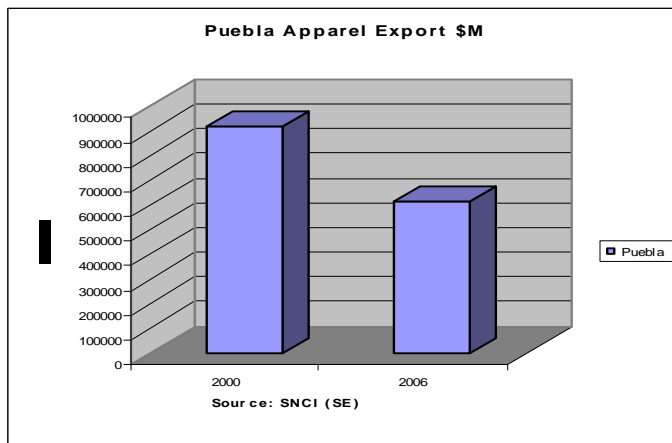
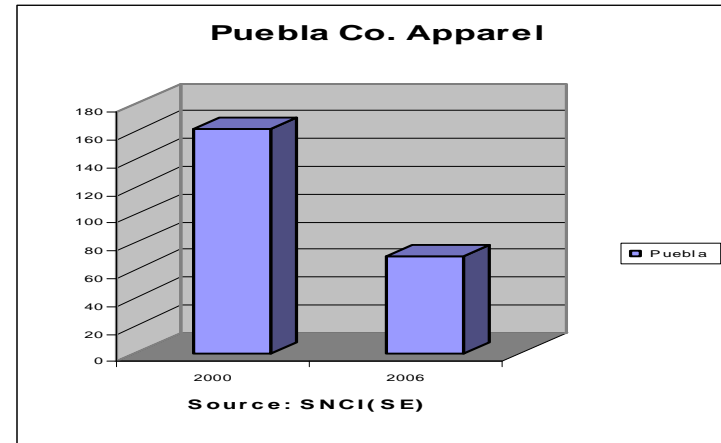
Exportaciones US \$M 914.885

En 2006:

No. Empresas – 70

No. Empleados– 16,349

Exportaciones US \$M 612.095





Perfil de la Industria Textil: 2000 y 2006 Tlaxcala

En 2000:

No. Empresas – 18

No. Empleados – 5,138

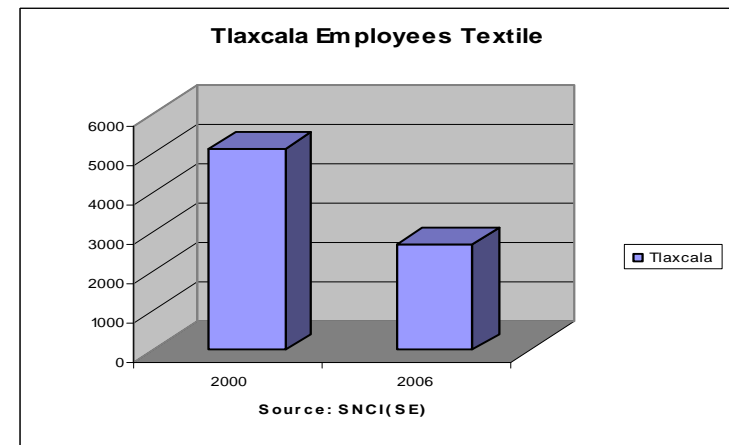
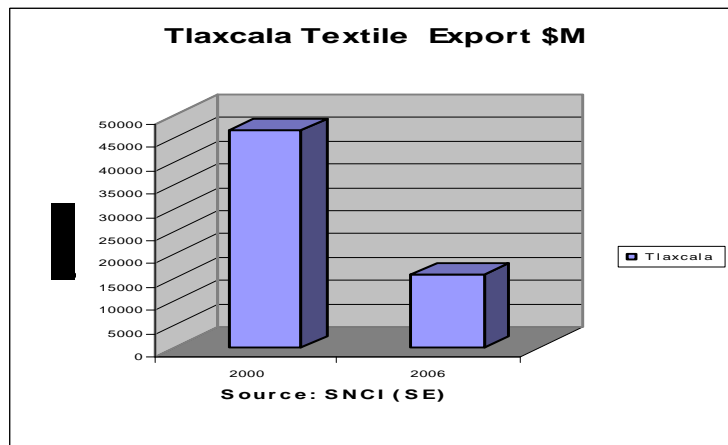
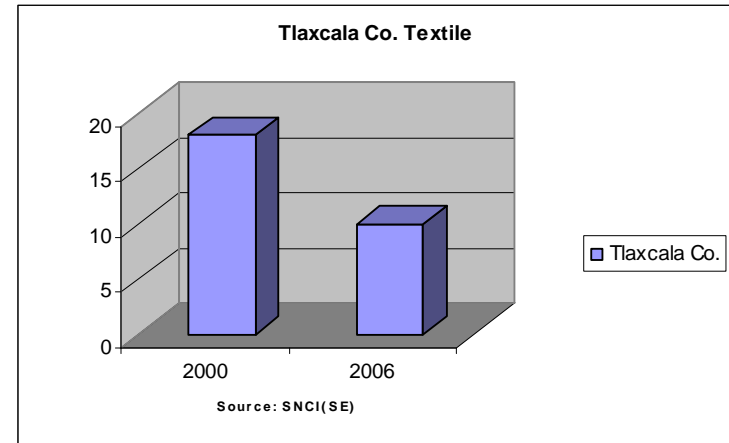
Exportaciones US \$M 46.642

En 2006:

No. Empresas – 10

No. Empleados – 2,692

Exportaciones US \$M 15.854





Perfil de la Industria del Vestido: 2000 y 2006 Tlaxcala

En 2000:

No. Empresas – 25

No. Empleados – 8,446

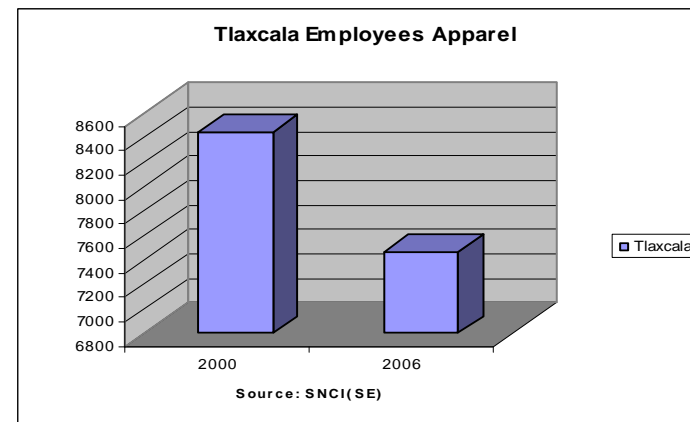
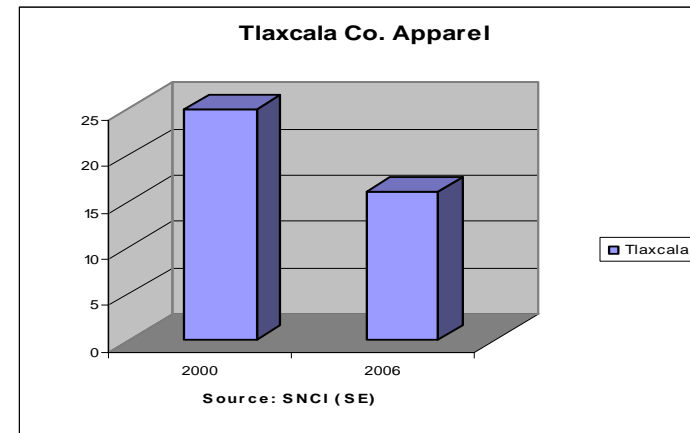
Exportaciones US \$M 147.138

En 2006:

No. Empresas – 16

No. Empleados – 7,465

Exportaciones US \$M 162.747





UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Observaciones sobre los factores infraestructurales que frenan la competitividad

- Corrupción en las fronteras desanima compradores de EE.UU. (minimiza la ventaja de la proximidad geográfica)
- Escasa vinculación entre el sector académico y el sector industrial
- Falta de una base de datos que permita a compradores identificar proveedores locales (por producto, tipo de producto, capacidades, clientes etc.)
- Falta de un sistema para “Asegurar Calidad” (QA) y servicios de certificación
- Falta de una visión común entre instancias gubernamentales, asociaciones industriales y empresas
- Incapacidad para atraer empresas informales a la formalidad
- Asuntos de seguridad



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



“Si no existe cooperación entre empresa, trabajador y gobierno, no existe una “industria”. Solo existe un grupo de empresarios individuales luchando para alcanzar el éxito.”

Cita de AAPN; Dominican Republic Apparel Industry Review, 2008
(American Apparel Producers' Network)



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Observaciones sobre los factores que frenan la competitividad en las empresas

- Muchas empresas visitadas no están preparadas para un mercado cambiante; se enfocan todavía en pedidos grandes de “commodities” mientras la industria cambia hacia moda de corto plazo.
- No se ha puesto atención al concepto de “Full-package” (y tal vez no se le comprende completamente)
- Escasa/nula diversificación del producto manufacturado
- Falta de inversión en actividades de valor agregado (mercadotecnia y diseño, desarrollo de telas, tecnología de comunicación en tiempo real etc.)
- Escasa inversión en el desarrollo de niveles medios gerenciales
- La dependencia de intermediarios bloquea el contacto directo con los clientes; las empresas no son proclives a mejorar mercadotecnia/ventas (escasa comprensión y capacidad)
- Representación mínima en mercados globales, dependencia casi total de EE.UU.



Fortalezas y Debilidades de la Industria

Fortalezas

- Proximidad geográfica a EE.UU. – Capacidad de Velocidad-al-Mercado
- Antecedentes históricos de producción para EE.UU.
- Buena reputación en materia de calidad y de servicio
- Disponibilidad local de hilo y tela
- Costos de transporte son bajos en comparación con otras regiones, buenas carreteras
- Tiempo de transporte es corto en comparación con otras regiones
- Protección del TLCAN
- Dueños empresarios
- Mercado domestico grande



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Fortalezas y Debilidades de la Industria

Debilidades

- Corrupción en la frontera – impacta la capacidad de velocidad—al-mercado
- Variedad limitada de productos
- Flexibilidad de producción (capacidad limitada en ciclos de producción a corto plazo)
- Concepto “ Full-Package” no implementado (no completamente comprendido)
 - Falta de desarrollo de telas en empresas de vestido
 - Falta de diseño y desarrollo interno de productos
 - Ventas reactivas (a través de intermediarios) en vez de proactivas
 - Comunicación reactiva con clientes; dominio del idioma inglés
- Nivel medio gerencial requiere capacitación / desarrollo
- Escasa vinculación entre la academia y la industria



Regional Apparel Industry Capabilities Matrix

Key U.S. Customer Needs	<u>CHINA</u>	<u>CAFTA</u>	<u>MEXICO</u>
Diversity of Product Offering	Excellent Needle, Wide variety of Manufacturing	Limited Product Diversity but improving	Limited
Production Run Size Flexibility	Good capability exists but most companies only produce large quantities	Limited short run capability but some lean manufacturing exists	No short run capability apparent in Medium and Large companies
Full-Package Capability	Widely available. Accepted way of doing business	Gaining in expertise but still limited	Total full-package is non-existent
On-Time Delivery Reputation	Generally good	Good to Fair	Good to Fair
Replenishment Capability	Capability exists but impractical because of geography	A few offer but not exploited (probably because of capital req.)	No evidence of capability or understanding
Product Quality	Some problems with fabric color consistency but sewing quality excellent	Very good in large companies, generally acceptable in SME	Generally good to acceptable large and medium co. Certified labs needed



Regional Apparel Industry Capabilities Matrix

Key U.S. Customer Needs	<u>CHINA</u>	<u>CAFTA</u>	<u>MEXICO</u>
Availability of Fabrics and Trims	Locally available, normally in cluster	Limited availability and capacity of local fabrics, some clusters	Should be a competitive advantage but capacity and quality questionable
Duty Free Access	All shipments subject to duties	CAFTA protection on MMF and short supply	NAFTA protection, No duties
Delivery Time & Shipping Cost Estimate	25-45 days Factory to US DC. Est. cost \$5k for container shipping	5-7 days Factory to US DC. Est. cost \$3k for container shipping	2-3 days (ideally) but problems at Borders creates delays. Est. cost \$500 for container ship
Accessibility ease for customer personnel	24+ hours travel time, high cost of travel	Easy access. 3-5 hour travel time from key US cities. Low cost	Easy access. 3-5 hour travel time from key US cities. Low cost
Communications Expertise (including visits)	Generally excellent but major time zone barrier	Ranges good to poor. Same time zone advantage. English a problem in SME	Ranges good to poor. Same time zone advantage. English a problem in SME
Technology Implementation	Outstanding. All areas of manufacturing and development	Normally good in large and medium co's. Missing in small co.	Missing PDM/PLM and Design systems even in large companies



Regional Apparel Industry Capabilities Matrix

Key U.S. Customer Needs	<u>CHINA</u>	<u>CAFTA</u>	<u>MEXICO</u>
Sales and Marketing	Broker and Direct. Large companies have US offices, good contact with clients	Normally sells direct. Large companies have good contacts with clients, frequent US visits	Normally sells through broker. Doesn't know US clients, few visits, limited marketing
Human Resource Compliance	Questionable practices, US not strict about enforcing	Large companies have outstanding HR services, SME OK	Large companies have acceptable practices, SME OK to weak
Sustainability Initiatives	Few initiatives especially in low cost producers	Some very strong initiatives, others "learning"	Very limited or non-existent
Middle Management Development	Normally good skills and academic training	Strong owner executive skills but middle mgmt weak except in some co.	Middle management generally weak
Industry Specific Academic Institutions	Strong industry institutions in all major cities	Being developed in cooperation with US universities	Generally in early stage, needs collaboration with US

Modelo de Comparación de Costos para Jeans

Descripción del Producto: 11.75 – 12.50 tela – procedencia de México, calidad de medio rango, \$3.30 (100 algodón) a \$3.75 (stretch). Lavado contemporáneo, soft hand, algunos acabados detallados hecho a mano, LDP US DC

	<u>MEX</u>	<u>ASIA</u>
Impuestos	0%	16.60%
Unidades por 45 foot container – 25,000		
Transporte de México o Shangai	\$3,100	\$4,746
Tiempo de transporte EE.UU. DC	3 días	25 días

Costo de producción	MEX	ASIA
Tela	\$4.90	\$4.90
Componentes	<u>2.00</u>	<u>1.50</u>
Total materia prima	\$6.90	\$6.40
Corte y Cosido	\$2.00	\$1.50
Secado y lavado	3.50	1.75
Acabado	0.50	0.25
Total trabajo y overhead	\$6.00	\$3.60
Impuesto		\$2.42
Cuota		0.50
Transporte	<u>\$0.06</u>	<u>0.24</u>
Total transporte, impuestos y administración	\$0.06	\$3.16
Costo de prod antes O/H y ganancia	\$12.96	\$13.06



Basic 5 pocket fashion jean with pocket embroidery

Nota: Puede decirse que México es más competitivo que Asia porque existen ventajas en el precio debido a la proximidad geográfica y a la capacidad de poder reaprovisionamiento (replenish) en corto tiempo



Acciones Propuestas

Infraestructura (Gobierno e Instituciones)

1. Resolver los problemas de aduanas, seguridad y de la importación ilegal
2. Promover las capacidades de la industria con mayor eficacia
3. Mejorar la cooperación entre empresas (clusters); promover redes empresariales
4. Mejorar los servicios a la industria. Mejorar la vinculación entre la academia y la empresa (educación media superior, educación superior, CIDET, asociaciones industriales – gobierno local, estatal, federal)
5. Apoyar a la investigación y mejorar la tecnología en la industria tanto en sistemas como en maquinaria

Diapositiva 28

WU10 : Proposed actions
Windows User, 18/11/2008



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



1. Resolver los problemas de aduanas, seguridad y de la importación ilegal

- Responsabilidad del Gobierno (la industria tiene impacto mínimo en la solución del problema). Formar grupo de trabajo inter-secretarial.
- Procedimientos aduanales transparentes y sencillos. Tiempo en aduana tiene que ser reducido o México pierde su ventaja geográfica.
- Seguridad del transporte. Es un serio problema, afecta la decisión de los clientes internacionales para hacer negocios en México.
- Incrementar el uso del ferrocarril. Considerar el uso del procedimiento aduanal estadounidense C-TPAT.
- Debe detenerse el contrabando de tela. Esto representa una pérdida sustancial de los ingresos gubernamentales y amenaza la viabilidad de la industria textil nacional. La calidad de la tela ilegal no es confiable y no puede reproducirse, lo cual representa una amenaza para la calidad de los productos de vestir hechos en México y para sus clientes



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



2. Promover las capacidades de la industria con mayor eficacia

- Los clientes potencial, dentro y fuera de México, necesitan mejores métodos para encontrar proveedores. Los clientes pueden ser manufactureros que buscan tela para cortar, un comprador estadounidense buscando quien fabrique ropa, o un consumidor mexicano buscando un cobertor.
- Formar una alianza estratégica pública/privada para desarrollar e instrumentar una estrategia dirigida a la totalidad del sector.
- Las capacidades de la red deben ser mejor explotada. Debe desarrollarse una base de datos integral en internet, no un directorio telefónico. La base de datos de la AAPN (American Apparel Producers' Network) puede ser un ejemplo de la funcionalidad que es necesaria. La base de datos debe permitir compras en línea, como el caso de las tiendas departamentales.



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



ANNIVERSARY



Nordstrom Cotton V-Neck T-Shirts (3-Pack)

The finest of all cottons, Supima® cotton makes these T-shirts incredibly soft and superior in quality. Higher thread count creates a slightly thinner, layer-friendly fabrication, and an 'Ultra Fresh' finish treatment protects against odors and shrinkage.

- Seamless body with reinforced neck and shoulder seams for strength and durability.
- Extra-long hem for staying tucked in.
- Approx. length from shoulder: 30".
- Cotton; machine wash.
- By Nordstrom; imported.
- Men's Furnishings.

AAPN apparelpedia / Graphical T-Shirts

Search wiki:

[Home](#) [Edit page](#) [New page](#) [Comments](#) [Files](#)

[Log out](#) [Settings](#) [Help](#)

DR:

Atlantic Apparel - <https://drapparel.pbwiki.com/Atlantic-Manufacturing>

Juan Diaz - jdiaz.atlantic@codetel.net.do

Grupo M - <http://www.grupom.com.do/>

Joseph Blumberg - jblumberg@grupom.com.do

Fernando Capellan - fcapellan@grupom.com.do

Vertical Textiles:

Jorge Camaraza Jr. - jorge@verticaltextiles.com

Union Textile International - <http://www.ut.com.do/profile.html>

Steve Beder - steve.beder@ut.com.do

Pedro Garcia - pedro.garcia@ut.com.do

El Salvador:

Grupo Merlet - http://www.imerlet.com/Merlet_Site/default.htm

Humberto Zacapa - humberto.zacapa@imerlet.com

JC Velazquez - jc.velazquez@imerlet.com

Freddie Frech - freddie@imerlet.com

Guatemala:

Patmos Inc:

John Peden - jcpeden@patmosinc.com

Regional:

Globe-Tex - <http://www.globe-tex.com/>

Robert Hurvitz - robert@globe-tex.com

[QuickStart](#) [Recent Activity](#) [Sidebar](#)

Recently edited pages

[AAPN Member Company Profiles](#) 2 hrs ago

[GrupoMerlet](#) 2 hrs ago

[AAPN Apparel Economic Forum](#) 4 hrs ago

[AAPN Member Press Release](#) 5 hrs ago

[AAPN Members by Category](#) 6 hrs ago

[Grupofortel](#) 1 day ago

[Atlantic Manufacturing](#) 9 days ago

[Patmos Distributors, Inc.](#) 8 days ago

[Patmos Distributors, Inc.](#) 8 days ago

[Original T-Shirts](#) 8 days ago

Recent visitors

Guest (Administrator) (you) now

Guest now

Guest now

Guest 4 mins ago

Guest 11 mins ago

Guest 22 mins ago

Guest 42 mins ago

Guest 43 mins ago

Guest 45 mins ago

Guest 45 mins ago

From: Sarah Friedman <sarah@seams.org> (sent by Sarah Friedman <sarah@seams.ccsend.com>)
Reply-To: sarah@seams.org
Date: Friday, November 7, 2008 1:35 PM
To: cwjrv@clemson.edu
Subject: SEAMS Important-Work Available



Date: November 7, 2008
To: All SEAMS Members
From: Sarah Friedman

Subject: WORK AVAILABLE

Please click on the links below to read the entire posting.

[84--Firefighter uniform](#)

[SLACKS, WOMEN'S POLY/WOOL, NAVY BLUE SHADE #3348, TYPE I, CLASS 3](#)

[84 -- Coat, Men's Dress, P/W, Army Blue, Shade 450](#)

[83--Request for Information of manufacturers of Airplane Cloth](#)

[83--Flame resistant \(FR\) fibers and/or materials](#)

[Parka, ECWCS, Gen III](#)

[Trousers, ECWCS, Gen III](#)

[Request for Information \(Search for New Fire Retardant Materials\)](#)

[83--Sunbrella Firesist, Fade Resistant, 9.25 ounce per square yard of Outdoor Fabric and Thread size FF.](#)



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



2. Promover las capacidades de la industria con mayor eficacia (cont)

- Ampliar el uso de ferias, exhibiciones
- Ligar el sector con actividades turísticas





UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



3. Mejorar la cooperación entre empresas (clusters); promover redes empresariales

- Construir diferentes tipos de asociaciones entre empresas.
- Fomentar relaciones formales de proveeduría.
- También pueden ser caso por caso, de acuerdo con las necesidades de cliente y proveedor en cada producto.
- Adoptar la metodología de clusters desarrollada por la ONUDI.



Cluster de pequeños talleres en San Pablo

From: Sarah Friedman <sarah@seams.org> (sent by Sarah Friedman <sarah@seams.ccsend.com>)
Reply-To: sarah@seams.org
Date: Tuesday, November 18, 2008 9:32 AM
To: cwjrv@clermson.edu
Subject: SEAMS Important-Zippers For Sale

✉

Date: November 18, 2008
From: Sarah Friedman
To: All SEAMS Members
Subject: EXCESS ZIPPERS FOR SALE

Lebanon Apparel has the following excess zippers for sale:

	Color	Size	Type	Quantity
#3 Coil	Cream	21.5"	"no stops"	1800
#3 Coil	Cream	19.75"	"no stops"	2100
#3 Coil	Cream	24"	"no stops"	1550
#3 Coil	Cream	33.5"	"no stops"	499
#3 Invisible	Cream	22"	YKK	7500

If interested in any of these, **please contact Dinah Deel** at 276-889-3656.

Visit our Website Advertisers:

[Asheboro Elastics](#)
[Gerald Schwartz Inc.](#)
[International Apparel Search](#)
[Lebanon Apparel Corp.](#)
[South Star Supply](#)
[WebMillers Design & Hosting](#)

SEAMS Association

EMAIL: sarah@seams.org
WEBSITE: www.seams.org
PHONE: 803-772-5661 FAX: 803-731-7709
4921-C Broad River Road
Columbia, SC 29212

[Forward_email](#)



This email was sent to cwjrv@clermson.edu by sarah@seams.org.
[Update Profile/Email Address](#) | Instant removal with [SafeUnsubscribe™](#) | [Privacy Policy](#)

Email Marketing
by





UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



4. Mejorar los servicios a la industria

- Flujo de información sistemático y oportuno sobre oportunidades de mercado, cambios en regulaciones e información general. Crear una página web, o utilizar la descrita anteriormente, o mantener comunicación electrónica constante con las empresas.
- Idealmente, toda la información que un comprador necesita para encontrar un cliente y toda la información que un fabricante necesita para producir y vender un producto debe estar en el mismo sitio web. Los negocios modernos son totalmente electrónicos.
- Coordinar los servicios de apoyo a la industria entre el CIDET y los laboratorios establecidos en las

From: mcarrasquillo@apparelandfootwear.org

Date: Tuesday, November 18, 2008 2:30 PM

To: AAFA@lists.apparelandfootwear.org

Subject: Learn How the Industry's Leading Brands Use PLM to Increase Profits, Shorten Leadtime, & Reduce Markdowns

Attachments:

image001.jpg	98.42 KB	Download
image002.gif	8.99 KB	Download
image003.gif	3.72 KB	Download
image004.gif	102 B	Download



Issue Seminar

Learn how Product Lifecycle Management can:

Increase **P**rofits

Shorten **L**eadtime

Reduce **M**arkdowns



PLM Seminar & Exhibition

Presented in association with the Center for Professional Studies, FIT

December 16, 2008

New York, NY

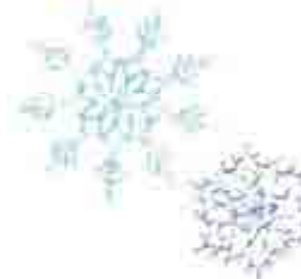
[Register for PLM Seminar & Exhibition](#)

[View Full Agenda](#)

Seminar & Exhibition Overview

Please join us for an eye opening educational and networking event featuring some of the industry's leading apparel, footwear, fashion, and retail firms.

Participating in the Case Study Session:



**CLICK HERE
TO REGISTER**

Workshop Location:

The Fashion Institute of
Technology (FIT)
Seventh Avenue at 27th

From: Composites World Weekly <compositesworld@gardnerweb.com>
 Reply-To: compositesworld@gardnerweb.com
 Date: Tuesday, November 18, 2008 3:37 PM
 To: cwjrv@clmson.edu
 Subject: CompositesWorld.com Weekly - November 18, 2008

November 18, 2008

COMPOSITES WORLD.COM WEEKLY

Boeing completes testing on 787 wing box



The all-composite wing box passed tests in which it was subjected to loads 150 percent of maximum expected during the lifetime of the aircraft.... [Read More](#)

Adrian Williams added to Carbon Fiber 2008 agenda



Adrian Williams of AWA Ltd. will present "Outlook for Carbon Fiber in Wind Energy" at Carbon Fiber 2008, Dec. 8-10 at the Charleston Marriott Hotel in Charleston, S.C.... [Read More](#)

Gibbs opens headquarters, R&D center in Michigan



Gibbs Technologies has developed the composites-intensive Quadren and Aquada amphibious automobiles. Production vehicles will be introduced in 2010.... [Read More](#)

F-35 Lightning II flies supersonic



Lockheed Martin says the F-35 Lightning II Joint Strike Fighter, as part of its ongoing flight testing, reached Mach 1.05 over North Texas on Nov. 13.... [Read More](#)

EADS mulling further delays of A400M



EADS' report on the first nine months of 2008 show the company in good health, but has issued a warning about possible further delays of the A400M and reports uncertainty about the effects of the global financial crisis.... [Read More](#)

SGL expanding carbon fiber production in Wyoming

Sponsors



From: Intertek <consumergoods@intertek.com>
Date: Friday, November 14, 2008 11:57 AM
To: cwjrv@clmson.edu
Subject: Intertek Insight on Consumer Product Safety Improvement Act Developments

Intertek



Intertek Insight on Consumer Product Safety Improvement Act Developments

The Challenge

The CPSC has recently conducted public meetings regarding lead and XRF technology. Do you know all there is to know regarding lead content limits for the future? lead content test methods? when XRF technology can be used to determine lead content?

Many hours have passed since the General Conformity Assessment Certification took effect. Do you know all the facts when it comes to compliance certification of apparel and soft home furnishings manufactured on or after November 12, 2008?

The Solution

In direct response to new and evolving developments regarding the CPSIA (Consumer Product Safety Improvement Act), Intertek experts have generated a third edition of our need-to-know news brief to keep you updated at all times.

[Please click here to view the 3rd edition on the Nov 6 & 7th, 2008 public meeting on lead & XRF technology](#)

Furthermore to support textile manufacturers, retailers, suppliers, and distributors across the globe, Intertek experts compiled an in-depth synopsis of conformity assessment certification for both adolescent and adult clothing and soft furnishings.

[Please click here to view this breaking information on textiles](#)

To view all CPSIA resources and solutions available to you by Intertek, please [click here](#).

To speak directly to an Intertek expert, please [click here](#).



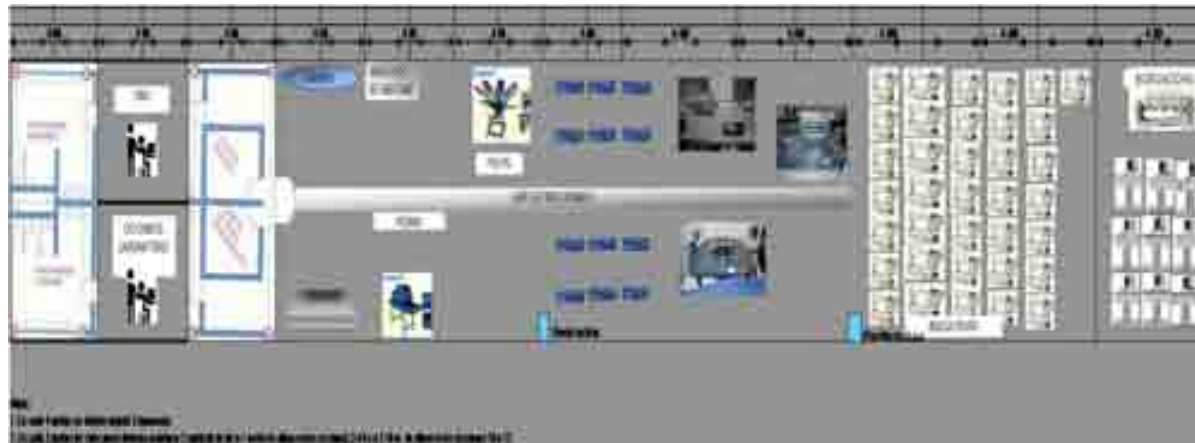
UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



4. Mejorar los servicios a la industria

- El CIDET necesita personal profesional, entrenado, de tiempo para que sea capaz de trabajar de manera efectiva con los fabricantes.
- El laboratorio de pruebas debe contar con los instrumentos y equipo que se requieren para hacer frente a las necesidades de la industria.
- Debe capacitarse a los estudiantes de la UAT para que dominen el uso de los instrumentos y equipo del CIDET





4. Mejorar los servicios a la industria

- Fortalecer las capacidades de la UAT: incrementar el nivel académico del profesorado, mejorar instalaciones
- Evaluar la creación de una carrera de mercadotecnia
- Incrementar la vinculación academia empresa, principalmente para fortalecer áreas como administración, pre-producción, ingeniería industrial, entre otras, a través de cursos cortos. Algunos cursos ya se ofrecen, sin embargo, el contenido y la duración deben corresponder con los requerimientos y posibilidades de los productores.
- Establecer fondeo regular para el CIDET.
- Iniciar las actividades del CIDET bajo la asistencia técnica de la ONUDI.
- Apoyar la modernización tecnológica por medio de información sobre equipos y sistemas específicos y su pertinencia para cada una de las empresas.



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



5. Apoyar a la investigación y mejorar la tecnología en la industria tanto en sistemas como en maquinaria

- La tecnología instalada va desde la más moderna hasta la más antigua. Debe determinarse el nivel apropiado de tecnología para un producto.
- El uso de sistemas de software parece ser limitado. Es necesario apoyo para la selección de la tecnología, capacitación y entrenamiento sobre las prácticas de los negocios modernos.



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org



Oportunidades

- Incrementar el contenido de valor agregado
- Incrementar el contenido de moda
- Desarrollar recursos humanos
- Desarrollar nuevos mercados
- Desarrollar nuevos Productos / Servicios



UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

www.unido.org

WU12



Reflexiones Finales

Aún en estos tiempos tumultuosos habrá ganadores
y perdedores

El reto es cambiar la personalidad y las capacidades
de las MiPyMEs locales

Las empresas deben cambiar su forma de pensar, ser
proactivas, creativas

Diapositiva 45

WU12

Before this slides, there should be programmes and initiatives

Windows User, 18/11/2008