

**POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN A GUATEMALA PARA LAS PYMES  
CONFECCIONISTAS DEL VALLE DE ABURRÁ**

**LUIS FELIPE GIRALDO JARAMILLO**

**LAURA LÓPEZ HERRERA**

**ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA**

**INGENIERIA ADMINISTRATIVA**

**ENVIGADO**

**2012**

**POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN A GUATEMALA PARA LAS PYMES  
CONFECCIONISTAS DEL VALLE DE ABURRÁ**

**LAURA LÓPEZ HERRERA**

**LUIS FELIPE GIRALDO JARAMILLO**

Trabajo de grado para optar al título de Ingenieros Administradores

Director

Dra. Alexa Carolina Agudelo Correa

Ingeniera administradora especialista en gerencia de proyectos

**ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA**

**INGENIERIA ADMINISTRATIVA**

**ENVIGADO**

**2012**

Nota de Aceptación:

---

---

---

---

---

Firma del Presidente de Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

Envigado, Octubre de 2012

## **DEDICATORIA**

Los autores dedican a:

Al Rector y Docentes de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, por su constante dedicación y esfuerzos en el valioso e inigualable proceso de formación académica que nos brindan día a día, su labor educativo es ideal; así como también a todas las personas que de alguna manera colaboraron en la realización de éste proyecto investigativo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores agradecen a:

Dios ser supremo de toda la creación y a nuestros padres y familiares, porque con su apoyo, se han convertido en el mayor soporte de nuestros sueños y proyectos de vida, en esencia son una fuente de energía que nos permiten seguir adelante días tras días.

## CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u> .....	12
<u>1. PRELIMINARES</u> .....	13
<u>1.1 Planteamiento del problema</u> .....	13
<u>1.1.1 Contexto y caracterización del problema</u> .....	13
<u>1.1.2 Formulación del problema</u> .....	14
<u>1.2 Objetivos del proyecto</u> .....	14
<u>1.2.1 Objetivo General</u> .....	14
<u>1.2.2 Objetivos Específicos</u> .....	15
<u>1.3 Marco de referencia</u> .....	15
<u>2. METODOLOGÍA</u> .....	19
<u>3. DESARROLLO DEL PROYECTO</u> .....	21
<u>4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS</u> .....	54
<u>5. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES</u> .....	60
<u>BIBLIOGRAFÍA</u> .....	63
<u>ANEXO 1</u> .....	66

## LISTA DE TABLAS

	pág.
<a href="#"><u>Tabla 1. Exportaciones de Colombia a Otros Países (Diciembre de 2009)</u></a> .....	35
<a href="#"><u>Tabla 2. Resultado de los años 2007.2008 y 2009 empresas en Colombia</u></a> .....	36
<a href="#"><u>Tabla 3. desgravación arancelaria</u></a> .....	46
<a href="#"><u>Tabla 4. PIB proyectado</u></a> .....	58



## LISTA DE FIGURAS

	pág.
<a href="#">Figura 1. Industria vestuario Guatemala</a> .....	25
<a href="#">Figura 2. Guatemala origen capital industria textiles</a> .....	26
<a href="#">Figura 3. Cadena Textil Confección En Guatemala</a> .....	28
<a href="#">Figura 4. Empresas textiles en Colombia por tamaño y ubicación.</a> .....	33
<a href="#">Figura 5. Exportaciones textiles</a> .....	34
<a href="#">Figura 6. Rentabilidad de activos</a> .....	37
<a href="#">Figura 7. Crecimiento económico en Colombia</a> .....	37
<a href="#">Figura 8. Inversión Extranjera en Colombia</a> .....	39
<a href="#">Figura 9. PIB percapita en Colombia</a> .....	40
<a href="#">Figura 10. Exportaciones Colombianas Indumentaria 2003-2010</a> .....	44
<a href="#">Figura 11. Exportaciones totales indumentaria. 2009</a> .....	47
<a href="#">Figura 12. Proceso de exportación</a> .....	52

## **LISTA DE ANEXOS**

**ANEXO A** Entrevistas A Ejecutivos De Analdex Y Otras Entidades

## **RESUMEN**

En el presente documento, se analizó las posibilidades de exportación a Guatemala para las pymes confeccionistas del Valle de Aburrá (Antioquia), la razón que motivo el proyecto es que aunque ya existen pequeñas y medianas empresas confeccionistas que realizan algunas exportaciones, lo hacen en ocasiones de una manera muy tímida y en otras ocasiones de manera muy informal y sin tener en cuenta muchas veces el mercado al cual se van a someter o las implicaciones de todo el proceso, luego, el objetivo principal de la investigación consistió en evaluar las posibilidades de exportación a Guatemala, para ello fue necesario utilizar una metodología descriptiva y de tipo analítica. El estudio concluyó que Guatemala es una buena posibilidad comercial para las pymes confeccionistas, debido al crecimiento de su economía, el nivel de aceptación de los textiles Colombianos y el alto consumo de textiles, sumado al hecho que su ubicación geográfica es estratégica, facilitando la expansión a otros mercados igual de importantes.

**Palabras clave:** Exportación, Textiles, Valle de Aburrá, Pymes confeccionistas, Centro América, Guatemala.

## **ABSTRACT**

In this paper, we analyzed the possibilities to exports to Guatemala for SMEs garment of el valle de Aburrá (Antioquia), the reason why the project is that although there are small and medium garment firms that perform some exports, they do sometimes a very shy and sometimes very loosely and without regard to the market many times which are undergoing or implications of the whole process, then, the main objective of this research was to assess the potential for export to Guatemala, for it was necessary to use a descriptive methodology and analytical type. The study concluded that Guatemala is a good business opportunity for SMEs makers, due to the growth of its economy, the level of acceptance of the Colombian textile and textile-consuming, and the fact that its location is strategic, facilitating expansion to other markets equally important.

**Keywords:** Export, Textiles, SME garment, Central America, Guatemala.

## **INTRODUCCIÓN**

En el siguiente proyecto se analizó las posibilidades de exportación al país Centro Americano de **Guatemala** para las pymes confeccionistas del valle de Aburrá, en esencia lo que se pretende es analizar las posibilidades de dicho mercado, los acuerdos existentes entre otros aspectos más relevantes.

La estructura de la investigación se realizó de la siguiente manera, el primer capítulo, se analizó el mercado de Guatemala, como referencia, a partir del cual se pueda proyectar fácilmente hacia los otros países. En segunda instancia o capítulo, se identificaron los factores competitivos existentes dentro del país que es objetivo de las exportaciones. El tercer capítulo se consultó respecto de los acuerdos comerciales existen entre Colombia y Guatemala y por último el cuarto capítulo se hizo una guía de exportación para las PYMES confeccionistas de Colombia para Guatemala.

Se parte del argumento que la investigación generará beneficios integrales a todas las pymes de confecciones del Valle de Aburrá, pues permitirá poseer una visión integral de las ventajas y desventajas que pueda generar el mercado de Guatemala, sobre todo porque este se vislumbra con un ideal potencial para las confecciones en general.

De esta forma, se hace vital entender el papel que juega la capacidad negociadora de las partes (Pymes, Estado Colombiano y la Republica de Guatemala), ya que con base en ello se determinarán y diseñarán estrategias orientadas a la generación de condiciones de evolución y desarrollo de este subsector (Guía de exportación).

## PRELIMINARES

### ***Planteamiento del problema***

#### ***Contexto y caracterización del problema***

Las prendas de vestir confeccionadas en Colombia gozan de una buena reputación en el continente americano, pues a diferencia de las prendas fabricadas en china, que es el mayor competidor en las exportaciones, en cuanto a cantidad, de acuerdo a los sondeos realizados en algunas empresas exportadoras, Colombia tiene el privilegio de la diferenciación en calidad y creatividad para el diseño de modas. Para muestra de esto, Colombia maquila para grandes marcas extranjeras como son Diesel, Levi's, Tommy Hilfiger, entre otras, pero son muchas más las empresas que producen marcas propias en el país, la mayoría de ellas ubicadas en Medellín y el Valle de Aburrá.

Medellín se ha posicionado como la capital de la moda en Colombia, pues allí se llevan a cabo las dos principales ferias de moda en el país, es por esto que es importante entrar a determinar las posibilidades que tienen las pequeñas y medianas empresas, ubicadas en esta ciudad, para exportar hacia el centro del continente.

Aunque las confecciones representan una significativa participación dentro de las exportaciones colombianas, la gran mayoría de estas son realizadas por unas cuantas empresas de gran tamaño y reconocida trayectoria (Proexport. 2012. Informe del subsector. Consultado el 12 de Marzo de 2012).

Es por esto que nace la idea de enfocar el problema hacia la exploración de posibilidades de exportación, para aprovechar este potencial que existe en el Valle de Aburrá en virtud de la existencia de una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas, dedicadas a producir prendas de excelente calidad y reconocida creatividad.

## **Formulación del problema**

Basados en lo planteado en párrafos anteriores, cabría preguntarse:

¿Cuáles son las posibilidades de exportación a Guatemala para las pequeñas y medianas empresas confeccionistas del valle de Aburrá?

Aunque ya existen pequeñas y medianas empresas confeccionistas que realizan algunas exportaciones, lo hacen en ocasiones de una manera muy tímida y en otras ocasiones de manera muy informal y sin tener en cuenta muchas veces el mercado al cual se van a someter o las implicaciones de todo el proceso desde conseguir el cliente hasta la entrega de la mercancía o pago del dinero.

Todo esto debido a que estas empresas no conocen las posibilidades y los acuerdos que existen entre nuestro país y el país destino para la exportación de productos del sector textil, el cual presentó un crecimiento del 2,3%, y contribuyó con 1,2 puntos porcentuales a la variación total del PIB, es de agregar que los principales destinos de las exportaciones de textiles en el bimestre fueron Ecuador, Venezuela y Perú. “Las ventas de este tipo de productos destinados a Venezuela aumentaron 45,1% y aportaron 8,5 puntos porcentuales a la variación registrada de 40,8%”. (Ministerio de Comercio Exterior. 2011)

Bajo estas consideraciones se centrará en determinar, Cuáles son las posibilidades que existen, basándonos en los acuerdos comerciales actuales, determinando cuál de todos es más viable para ser aplicado para las pequeñas y medianas empresas confeccionistas del Valle de Aburrá, en la exportación de sus productos a Centroamérica.

## **Objetivos Del Proyecto**

### **Objetivo General**

Evaluar las posibilidades de exportación a Guatemala para las pequeñas y medianas empresas confeccionistas del valle de Aburrá.

### **Objetivos Específicos**

- Analizar el mercado de Guatemala, como referencia, a partir del cual se pueda proyectar fácilmente hacia los otros países.
- Identificar los factores competitivos existentes dentro del país que es objetivo de las exportaciones.
- Consultar que acuerdos comerciales existen entre Colombia y Guatemala
- Realizar una guía de exportación para las PYMES confeccionistas de Colombia para Guatemala.

### **Marco de Referencia**

En el desarrollo del marco de referencia, se toman criterios teóricos de diversos autores relacionados con la importancia de la industria de las confecciones, sus alcances, financiación así como la importancia de los aspectos financiero y la capacidad de deuda en las empresas. Autores tales como Bodie, Zve y Merton, Robert (2004); Benavidez, Calvijo, Moyer, McGuigan y Kretlow (2000,) Moyer entre otros.

**CEDEMODA.** Es una Corporación sin ánimo de lucro que aglutina a todos los empresarios que hacen parte de la cadena industrial Textil – Confección, radicados en el Centro Mundial de la Moda, ubicado entre la avenida Ferrocarril y la Calle Colombia, en Medellín. Traversal 49 C No. 59-86 Piso 3. Medellín – Colombia. El Centro Mundial de la Moda, está integrado por más de 110 empresas antioqueñas del sector textil las cuales cuentan con una amplia trayectoria nacional e internacional en este campo. Además, de sus 350 marcas posicionadas y más de 40 almacenes de ropa.

La Corporación CEDEMODA nace de la necesidad de proyectar el Sector donde está ubicada, como uno de los sectores Comerciales más importantes de Medellín y en crecimiento (CEMODA. 2012). Antes este sector era netamente textilero, se conocía como Centro Mayorista Textil, hoy en día Gracias a la UNIÓN de todos, es

primordialmente Confeccionista. Hace trece años, un grupo de empresarios llegan a este sector, convencidos de que este sería el sitio ideal, para reunir toda la confección de la ciudad de Medellín y así lograr estar preparados para las exportaciones y poder competir con los productos que importan al país. Con el esfuerzo y la unión de todos, se ha ido creciendo; hoy son un grupo de 110 empresas, fabricantes de ropa y 40 almacenes, donde se exhiben los productos de dichas fábricas.

El crecimiento del Centro Mundial de la Moda, en los dos últimos años, ha sido de un 80%, gracias al trabajo y dedicación de todas las fábricas, convencidas de que el Tratado de Libre Comercio –TLC- necesita empresas capacitadas, unidas y preparadas donde el TLC no perjudique sino que por el contrario, genere beneficios para el bien propio, de la ciudad y el país.

El Centro Mundial de la Moda, genera una gran cantidad de empleos, directos e indirectos, que laboran en todo el proceso de los productos, partiendo desde la fabricación de las telas, hechas por Coltejer, Fabricato y otros quienes son los proveedores para la fabricación de dichos productos.

Cada empresa, cuenta con un personal de planta, donde labora para convertir estas telas, en prendas con calidad, para ser vendidas a nivel nacional e internacional.

### ***Financiación de la Industria de confecciones en Colombia***

En la economía colombiana, al igual que la mundial, las empresas públicas y privadas requieren de recursos para desarrollar sus actividades productivas y financiar sus actividades normales al objeto social de las mismas, como las comerciales, expansión o crecimiento, es decir que regularmente demandan mayor recurso financiero.

A su vez en estos mercados existen personas naturales y empresas con excedentes monetarios que ofrecen recursos financieros. Un aspecto a tener en cuenta es que para regular las transacciones realizadas entre unos y otros existe la intermediación de entidades especializadas en servicios financieros en Colombia, luego, el conjunto de entidades financieras, demandantes de recursos y oferentes que intervienen en el desarrollo del proceso de transferencia de recursos se denomina sector financiero.



Clavijo (2000, citado por Lucas 2005, p. 32), expresa que el Mercado de Capitales abarca todos los elementos de los cuales dispone la economía, que se encarga de disponer y asignar los recursos de capital, los riesgos y manejar la información asociadas al proceso de transacciones financieras. Lo complejo es que en Colombia pareciera que la política monetaria no fuera acorde a la política económica, sino que lucen como algo distantes.

Dentro del mercado de capitales en el mercado intermediado, tal como su nombre lo indica, las transacciones se realizan a través de un intermediario, dentro de los cuales se encuentran los bancos, corporaciones financieras, fondos mutuos, etc., mientras que en el mercado no intermediado las operaciones se realizan a través de instrumentos, ya sean de renta fija (bonos), de renta variable (acciones), derivados y otros instrumentos en los que se realizan contactos directos entre oferentes y demandantes de recursos.

Luego, la industria privada y el gobierno nacional necesitan financiar su operación, crecimiento o expansión (González, 2007). Normalmente para financiarse tienen varias opciones; pero la más utilizada es la toma de créditos bancarios, que no necesariamente se constituyen en la mejor alternativa dado que representa unos costos más elevados y una serie de requisitos que pueden entorpecer el proceso; pero existe mucha información y publicidad sobre el sector bancario en los medios lo que hace que el público en general lo conozca ampliamente.

La enseñanza de los cinco últimos años (2007-2011), es que en Colombia el futuro económico lo determinan todas las políticas (Monetarias y fiscales) que para tal fin diseña el gobierno, aunque algunos aspectos dependen de otras instituciones (Junta Banco de la república por ejemplo con las tasas de interés, techo cambiario, etc). Sin embargo, es común observar las críticas de expertos tales como los ex ministros de Hacienda Rudolf Hommes, Juan Carlos Echeverry (7 de agosto de 2010); Óscar Iván Zuluaga (Febrero 2007 al 7 Agosto 2010); Alberto Carrasquilla ( Junio 2003 a Febrero 2007); Roberto Junguito Bonnet (Agosto 2002 a Mayo 2003); Juan Manuel Santos (Agosto 2000 a Julio 2002); Juan Camilo Restrepo (Agosto 1998 a Julio 2000) a Banrepublica y su junta directiva en su política fiscal y monetaria, la catalogan de algo desfasada y desajustada a la realidad del país. (Pinilla. 2006)

Benavides (2002, citado por Lucas 2005, p. 33), destaca que este último afirma que los diferentes estudios e investigaciones realizadas sobre estructura financiera y mecanismos de financiación para las empresas de confecciones, confieren especial interés en que estas deben internacionalizarse. Allí está el éxito de las mismas.

Argandoña (1997, p 12 citado por Barlevy, Gadi 2004, P. 22), expresa que reviste de especial importancia la utilidad que tiene exportar textiles o confecciones en el crecimiento económico de los países.

Sobre este punto, los autores Moyer, McGuigan y Kretlow (2000, p.8) mencionan que “la meta de maximizar la utilidad de las empresas textiles o de confecciones consiste en que la dirección deberá buscar elevar al máximo el valor presente de la empresa y ello se logra mirando hacia el exterior.

En la consecución del objetivo financiero básico, las empresas pueden enfrentarse al problema del agente y el principal, principalmente en las corporaciones, en donde la propiedad y el control están separados. En este punto, vale la pena mencionar a los autores Berk y DeMarzo (2008, p.10), quienes establecen que “debido a la separación de la propiedad y el control de una corporación de textiles o confecciones, los administradores tienen pocos incentivos para trabajar en la consecución de los intereses de los accionistas cuando esto significa trabajar en contra de los suyos. Los economistas denominan a éste como el problema del agente y el principal.

## **METODOLOGÍA**

### **2.1 Tipo De Investigación**

El tipo de investigación es DESCRIPTIVA, porque se pretende describir o encontrar las condiciones y parámetros que configuran la posibilidad de exportación a Guatemala para las pymes confeccionistas del valle de Aburrá. En esencia se describe el mercado de Guatemala, acuerdos comerciales entre los dos países, guía para exportar entre otros.

### **2.2 Método de Investigación**

El método de investigación será el ANALÍTICO. En donde basados en la información obtenida, cifras, estadísticas se lograra a través de este proceso identificar la posibilidad de las pymes textiles.

### **2.3 Técnicas De Recolección De Datos**

#### Fuentes de Información Primarias

Se basan en estadísticas comerciales de textiles entre los dos países, comercio internacional y demás aspectos relacionados con los tratados comerciales.

#### Fuentes de Información Secundaria

Se sustentan en libros, revistas, periódicos y artículos periodísticos, escritos y desarrollados por especialistas en el tema, así como Internet.

## **2.4 Tratamiento de la Información**

En la realización de la presente investigación contaremos con instrumentos que permitan la recolección de información como lo son la observación no estructurada, análisis complejos con capacidad analítica, fichas bibliográficas, notas, apuntes, etc.

### ***Instrumento De Recolección De Información***

Lo más pertinente para esta temática es la observación no estructurada, dado que habría que tener en cuenta muchos aspectos y variables relacionadas con la exportación de pymes.

Las pymes confeccionistas poseen unas características especiales en sí mismas, es decir, en este sentido la observación debe ser muy puntual, por lo tanto la más adecuada es a participante, que se caracteriza por que el investigador se correlaciona o familiariza activamente con el problema a desarrollar.

## **DESARROLLO DEL PROYECTO**

En este capítulo, se describen las posibilidades de exportación a Guatemala para las pymes confeccionistas del valle de Aburrá, para ello es necesario tener en cuenta muchos aspectos importantes, como por ejemplo el mercado de Guatemala, sus características económicas esenciales, sus políticas de comercio internacional, la industria textil y confecciones, sumado a las tendencias sociales de consumo y calidad de vida en la cual las industrias de ese país ha mejorado en forma considerable.

En Colombia, las empresa de confecciones consolidadas en el mercado nacional, no siempre surgen o incursionan con éxito en el competido mercado internacional, esta carencia de planes y estrategias para competir internacionalmente es lo que ha llevado a un gran porcentaje del sector empresarial en las confeccionistas del valle de Aburrá a intentar buscar mercado en el exterior debido a la no aplicación de procesos de exportación en forma adecuado.

Además, las exportaciones de productos tradicionales en Colombia son altamente significativas en el contexto de la economía regional, principalmente en Antioquia, en donde funcionan maquilas de textiles y confección de ropa a nivel nacional e internacional, tres de ellas operan en la actualidad con el trabajo de personas de la región.

### **3.1 Análisis del mercado de Guatemala, como referencia, a partir del cual se pueda proyectar fácilmente hacia los otros países.**

Guatemala es uno de los países que más exporta en Centro América, de acuerdo a las estadísticas, oscilan sus exportaciones en el 53 % de toda centro América, en consecuencia, de la misma forma que exporta, importa insumos en especial los relacionados con la industria de las confecciones.

- ⇒ Guatemala es organizada desde la perspectiva de la normatividad en el sector de las confecciones y textiles.
- ⇒ Brinda la oportunidad de entrada de mercancías provenientes de Suramérica.
- ⇒ Guatemala posee ideales relaciones comerciales con Colombia.
- ⇒ Guatemala es por naturaleza el epicentro de los textiles y confecciones, luego, es una plataforma estratégica para lograr.
- ⇒ Guatemala logra imponer un adecuado ritmo de trabajo y genera empleo en este sector.
- ⇒ Va en contra de la política expansiva de China en las confecciones, ello le conviene a las empresas del valle de Aburrá
- ⇒ Guatemala sirve de plataforma para llegar a más países incluso y mercados, ello genera gran expectativa en este tipo de empresas.
- ⇒ Guatemala posee un punto geográfico ideal.
- ⇒ Colombia crece en el mercadeo y comercio internacional, ello mejora los efectos posibles de exportar a Guatemala.

Todos los países crecen cuando ven en el mercado internacional la solución a sus complejos problemas económicos, ya Guatemala empezó, pero muchos países le llevan

ventaja, pues tienen años haciéndolo. Luego exportar hoy, es sinónimo de crecimiento económico, aunque hoy se importa más que lo que se exporta.

A simple vista, la política de comercio internacional de Guatemala se consolida en la última década, pues el comercio internacional se intensificó gracias a la globalización y los flujos de capitales de inversión, pero lo político alcanza dimensiones mayores en la región centro americana.

De hecho, al analizar la política económica exterior guatemalteca es evidente que en la actualidad poseen fallas y fortalezas derivadas del mediano o dependiente manejo que se le da a esta en diferentes aspectos, tales como a nivel de organizaciones internacionales, factores democráticos, constante imagen de país y sobretodo la falta de estrategias sólidas para que esta política de comercio internacional crezca y se dinamice de forma estructural.

La política de comercio internacional ha sido errada en Guatemala en el pasado, porque se ha dependido de los Estados Unidos, en otras palabras, si las relaciones iban por buen camino con este país, se presumía que la política de comercio internacional era ideal.

Por ejemplo, las relaciones entre Estados Unidos y Guatemala siempre han estado marcadas por un desequilibrio total, en mayor parte los norteamericanos se veían favorecidos; en consecuencia su política exterior, ha mejorado notablemente.

- ⇒ Guatemala debe mejorar el entorno con los países vecinos.
- ⇒ Se debe poseer mayor amplitud de estrategias en su comercio internacional.
- ⇒ Deberían apostarle a mejorar las relaciones internacionales, como fundamento de una política de comercio internacional ideal, sin ella, no se pueden hacer tratados de libre comercio, acuerdos, pacto u otras actividades.
- ⇒ Mejorar el entorno diplomático de la región.
- ⇒ Se debe reforzar la imagen internacional, ello afecta a todos los rubros, en

especial el económico, pues cierra puertas en países muy complejos para el comercio.

⇒ La economía debe mirar hacia el exterior y no hacia el interior como ha venido ocurriendo.

Pérez (2006), argumenta que Guatemala, Se enfrenta a un reto y es aplicar solución a los problemas con una política de comercio internacional adecuada, regulada y que direcciones a su nación, deben tener especial cuidado con su política económica, porque el problema de la coordinación cobra especial importancia cuando esta política afecta a las relaciones internacionales.

Con respecto a lo anterior, Guatemala ha evidenciado que quiere ampliar relaciones comerciales con el mundo, pues se avanza con múltiples tratados de libre comercio con diferentes países, algo que no se había realizado durante años.

Por ejemplo las alianzas estratégicas se generan porque se está aprovechando la posición geoestratégica de Guatemala, básicamente se esperan suscribir acuerdos en varios temas, como soporte para ayudar a los productos de interés de Guatemala, pensando en mercados más interesantes.

En consecuencia las relaciones internacionales, cuando se enfrentan a realidades palpables como la globalización a todo nivel, generan efectos inmediatos dentro de sus objetivos, alcances y sobre los niveles de concertación o efectividad como tal; de hecho Guatemala ha entendido que la globalización de la economía ha hecho que las actuales relaciones internacionales sean más dinámicas, sobre todo en el sector de las confecciones para ellos, por ello deben importar. (Esta es una oportunidad para las empresas del valle de Aburrá).



### 3.1.1 Análisis del mercado de textiles en Guatemala

#### 3.1.1.1 Descripción del sector textil – confección.

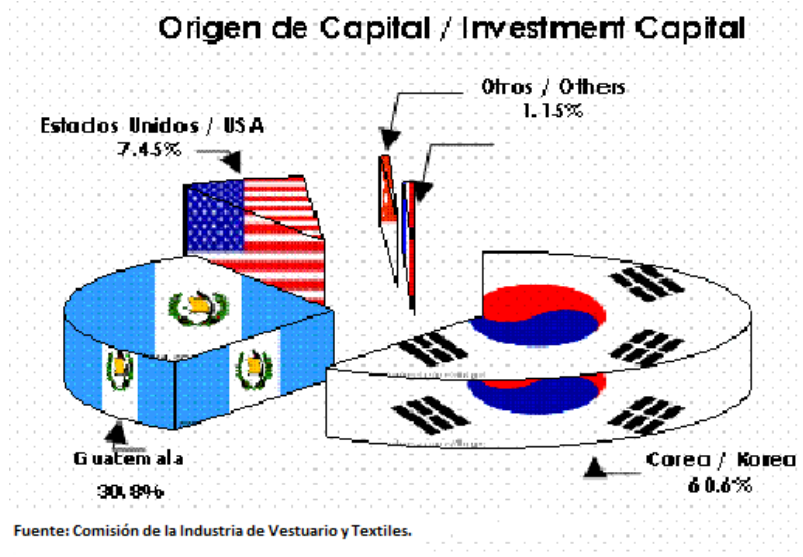
Figura 1. Industria vestuario Guatemala



Fuente: Comisión de la Industria de Vestuario y Textiles.

En esencia este país se ha convertido en una fortaleza, dada la mano de obra barata y la calidad en la que se han dirigido sus empresa, poseen elevada y eficiente producción, es de resaltar, que en Guatemala no se importa productos textiles o de confecciones de procedencia China y se maneja la política del Full Package, que por lo regular viene acompañado de incentivos tributarios, acuerdos y prebendas comerciales, que notablemente impulsan las exportaciones.

Figura 2. Guatemala origen capital industria textiles



Los textiles es uno de los productos estrella que más se exporta en Guatemala, por ello las empresas de confecciones del Valle de Aburrá pueden encontrar en estas gran parte de la solución de mercado internacional que desean encontrar.

Llama enormemente la atención que Guatemala posee una industria textil líder en Centro América. A diferencia de Colombia con Bogotá y Medellín, genera un 30.27% por el concepto de tejidos planos de algodón y fibra sintética, mientras que genera el 69.73% de tejidos de punto de algodón, sintéticos y mezclas. (Es decir aquí está su fortaleza como tal).

El sector ofrece una fuerte y variada cadena de suministros. La oferta va desde una amplia gama de acabados y procesos en las prendas de vestir como bordados, serigrafía, procesos de teñido; que sumada a los accesorios (botones, zippers, cerchas, agujas, etiquetas, hilo para costura entre otros; además de servicios anexos a la actividad como agencias de carga, lavanderías, talleres de muestras, laboratorios textiles.

Lo anterior fortalece la producción del llamado **paquete completo** o **maquila** que ha sido la punta de lanza de la industria guatemalteca de la confección.

### **3.1.2 Fortalezas del Sector en Guatemala**

- ⇒ Cercanía al mercado de Estados Unidos
- ⇒ Flexibilidad en volúmenes de producción y Productos diferenciados
- ⇒ Mano de obra calificada
- ⇒ Transferencia de tecnología y conocimientos de inversionistas extranjeros
- ⇒ Industria orientada a ofrecer paquete completo
- ⇒ Existencia de sectores y servicios conexos.

### **3.1.3 Leyes e Incentivos al sector en aras al comercio Exterior**

- ⇒ Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila (Decreto 29-89)
- ⇒ Ley de Zonas Francas (Decreto 65-89)

### **3.1.4 Tratados Comerciales y Programas Preferenciales que abarca el sector textil confección en Guatemala.**

- ⇒ Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (DR-CAFTA)
- ⇒ Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias con Unión Europea (SGP)
- ⇒ Triángulo Norte con México
- ⇒ Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana
- ⇒ Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Taiwán
- ⇒ Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Belice

Guatemala ocupa el puesto 16 entre los principales proveedores de vestuario hacia el mercado de Estados Unidos. El 89.18% de sus exportaciones de vestuario tienen como destino el mercado de Estados Unidos, 2.24% se exporta hacia México, 6.72% aproximadamente lo conforman las exportaciones de vestuario y textiles hacia los

países centroamericanos, en donde especialmente los textiles son utilizados para confección de prendas de vestir que tienen como mercado final Estados Unidos, quedando un 1.86% para las exportaciones hacia otros destinos como Europa y Canadá.

Figura 3. Cadena Textil Confección En Guatemala



Fuente: AGEXPRONT. 2012

Guatemala frente a los eslabones de la cadena textil y confección, es fuerte. Los hilados, fibras y demás insumos son importados de otros países de la región como honduras y otros desde los mercados asiáticos. Sin embargo esta economía es una de las más autónomas de la región.

Se nota gran ausencia de diseño y de moda en las prendas de vestir; ya que se han regido históricamente por las marcas americanas y la maquila ha influenciado la moda en este país.

### **3.1.5 Factores competitivos existentes dentro del país que es objetivo de las exportaciones**

#### **Datos generales de Guatemala**

Ubicación: Básicamente es epicentro de Centro América

Ciudades principales: la principal es Guatemala, sin embargo hay otras industriales y tales como Puerto Barrios, Antigua Guatemala y Quetzaltenango, Antigua Guatemala

Capital: Guatemala.

Lengua: al igual que casi toda esa región es el español y su población es de más o menos 14,0 millones de habitantes.

***Economía y Competitividad de Guatemala (Fondo Monetario Internacional.2010)***

Tasa de Inflación: 0,6%

Tasa de cambio 2009: 8.1613 quetzales (GTQ) por dólar de EE.UU

Producto Interno Bruto PIB 2009: US\$ 37,3 billones

Producto Interno Bruto per cápita 2009: \$2.662

Tasa de crecimiento del PIB: 0.5% (2009), 2,4% (py 2010), 2,6% (py 2011)

Producto Interno Bruto como porcentaje del total mundial: 0,10%

**3.1.6 Comercio Exterior**

Exporta más del 53% de toda Centroamérica, allí está su fortaleza

**Guatemala – Colombia**

Las exportaciones de Colombia a Guatemala entre enero y agosto de 2009 y 2010 tuvieron un incremento de 37,4%, siendo agroindustria y servicios de entretenimiento los macrosectores que subieron en mayor medida (37,1% y 17,3%), el único macrosector que presentó disminución en este período fue el de Indumentaria (- 4,8%).

**Sector textil-confección-diseño y moda en Guatemala**

El desarrollo de la maquila en Guatemala es resultado de una nueva oleada de expansión internacional del sector de la confección a finales de los años setentas. Actualmente, la industria de vestuario y textiles de Guatemala está organizada dentro de la comisión VESTEX (Comisión de la Industria del Vestuario y Textiles), de la Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales (AGEXPRONT).

### **3.1.7 Productos del sector con oportunidades en Guatemala**

- Brassieres.
- Ropa infantil.
- Ropa de control (fajas, jeans que realzan la figura, correctores de postura, entre otros).
- Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto.
- Calzado, polainas y artículos análogos, partes de estos artículos.
- Tejidos de punto de algodón teñidos.
- Insumos para la confección.
- Insumos necesarios para enviar un producto terminado y listo para la venta que incluye, empaque, embalaje, lavandería, control de calidad de los insumos y las prendas, etc.
- Oportunidades de crecimiento en canal de venta por catálogo.

### **3.2 Análisis de la industria de las confecciones y textiles en Colombia**

Es importante analizar cómo está el sector de las confecciones en Colombia, sobre todo porque esto ha de influir en forma considerable en el desarrollo y análisis del mercado de Guatemala.

Colombia es un país que ha entrado en cambios económicos interesantes en el año 2012, el gobierno central desea dinamizar muchos sectores como el textil, confecciones u otros entrando a competir y ofrecer productos al exterior, sin embargo, el comercio internacional de confecciones en los últimos 5 años ha variado mucho, países con mayor infraestructura y comercio internacional afectan a todas las empresas del sector confeccionista Colombiano (Desventaja desde muchas perspectivas), en especial las

del valle de Aburrá, la razón es porque en el comercio internacional es más competitivo en los costos, leyes internacionales, acuerdos, pactos y demás.

En Colombia las pymes confeccionistas poseen desventaja frente a países como China, en el aspecto de la disminución costos y mano de obra barata, logrando así ampliar sus mercados, la economía no es constante en Colombia y ello no favorece el mercado interno, un PIB variable, la inestabilidad de precios y otros factores más, indican que las pymes confeccionistas deben de tomar decisiones certeras y rápidas para que esta industria no deje de ser rentable y sea competitiva.

A través del devenir del país, este desarrollo del sector textil, ha sido regularmente de tipo tecnológico y comercial, en cuanto a que las empresas del sector en la última década se han estado equipando con tecnología de avanzada y todo esto con miras a lograr un mayor nivel en la forma de vida y sobre todo optimización de la calidad en la prestación de los productos y servicios que ofrecen (Franco.1997,p.39).

Es importante resaltar que este sector se proyecta con capacidad competitiva mediana, para enfrentar retos como la globalización y que tiene la condiciones para exportar sus servicios y con esto lograr beneficios para la región y el país entero; dichos beneficios, se verán reflejados en adelantos tecnológicos, científicos, económicos, sociales y culturales.

Desde una perspectiva histórica, el sector de la confección ha incursionado en el mercado nacional desde hace décadas, con participación escasa; pero a través del tiempo y haciendo buen uso de sus recursos, ha logrado consolidarse de manera notable en el país, aportando dividendos que hoy en día puede superar a los del café (Potencialmente).

Por consiguiente durante toda la etapa de crecimiento el sector de la confección al igual que los demás sectores económicos estuvieron respaldados por el gobierno, por medio de cuotas, aranceles y subsidios.

Pero desafortunadamente muchas de estas empresas no aprovecharon de manera eficiente las oportunidades ofrecidas por el Estado, agotando así sus ayudas y desperdiciando las oportunidades de crecer financiera y tecnológicamente.

### **3.2.1 Mercado De Diseño**

En Colombia, el mercado hoy presenta una fusión entre los empresarios del sector, es decir, dentro de una empresa se puede dar lo Textil, la Confección, el Diseño y Moda, ya que muchas empresas se dedican a una rama en especial. Por ejemplo la mayoría de empresas le apuestan al mismo diseño o se lo delegan a empresas que están posicionadas en este rubro. en el mundo de las confecciones y textiles, la mayor parte de las compañías textiles producen, pero pocas se atreven a diseñar. Casos como el de Coltejer, Fabricato o Enka si lo hacen.

Entidades como:

⇒ Inexmoda

⇒ Colombiatex

⇒ Colombiamoda

Incentivan la calidad de los diseños en las empresas

### **3.2.2 Mercado De Manufactura**

Este es el mercado más grande, dado que la manufactura es la parte de la cadena que genera la producción, basado en los pedidos y diseños que se requieren.



Figura 4. Empresas textiles en Colombia por tamaño y ubicación.

DOMICILIO	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	MICRO	TOTAL
BOGOTA D.C.	23	21	9		53
ANTIOQUIA	12	21	8		41
OTROS	7	6	11	2	26
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>48</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>120</b>

FUENTE: SIGS Supersociedades

### 3.2.3 Mercado de la comercialización

El sector textil en Colombia, padece en la actualidad una novedad y es que las ventas han mejorado en el 2012, pese que en el 2011 habían bajado, junto con un desmejoramiento de la producción, todo esto fue a causa de que los mercados internacionales compran telas Chinas de bajos costos y los mercados de Venezuela y Ecuador se han cerrado un poco y esto representa una gran dificultad para el sector.

Hay que tener en cuenta que la globalización del comercio de los textiles, no solo cambia las tendencias hacia lo internacional de un producto, también cambia todas las formas en las que se generan o pactan intereses, u otros aspectos, luego, países como China toman ventaja a otros con los bajos costos.

Muchas empresas en Colombia y en especial en Barranquilla, generan actividades comerciales y de mercadeo de distintas formas respecto a los textiles, pero esa forma las puede hacer crecer o decrecer, en el sentido de que deben estar a tono con la realidad económica mundial.

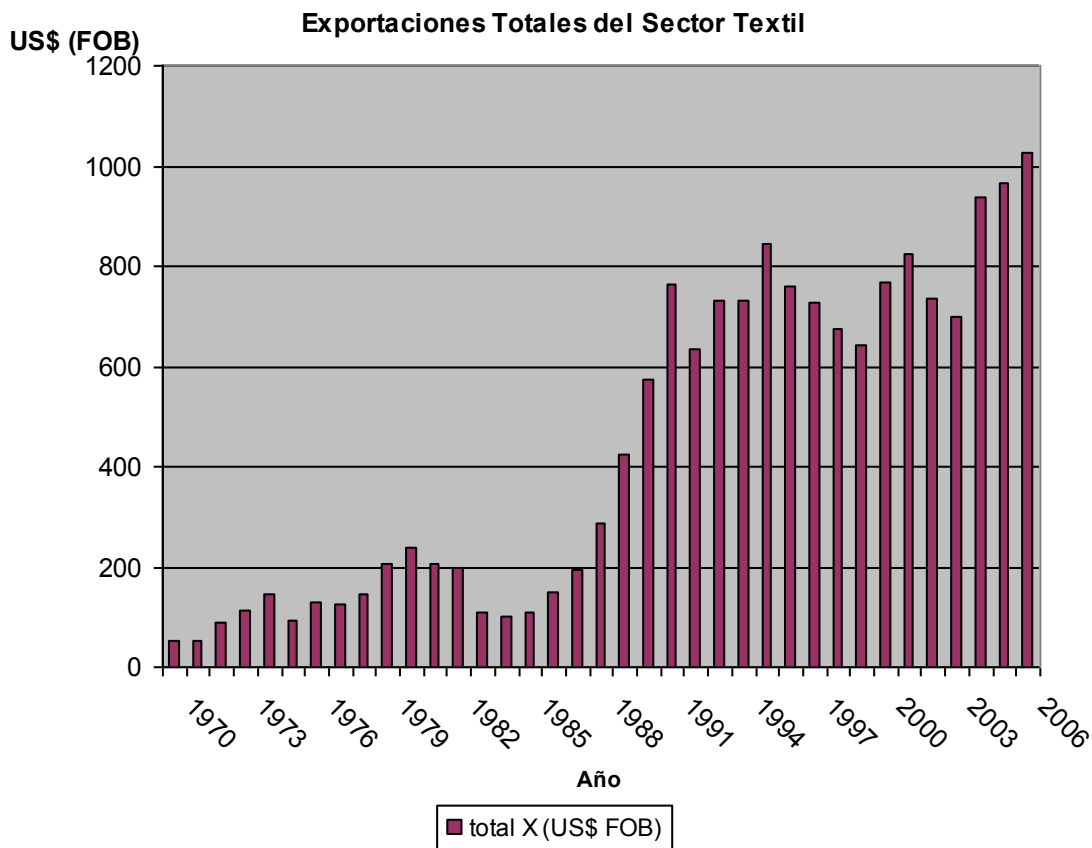
### .2.4 Estadísticas

En las grandes fábricas textiles actuales, las mujeres representan más del 80% del personal. Quizás porque las primeras fábricas textiles del país recurrieron fundamentalmente a mujeres, en su mayoría jóvenes y niñas, para manejar los telares, retorcedoras, urdidoras, continuas y demás máquinas de hilandería y tejido (Álvarez, 2009.p.17).

En Antioquia, por ejemplo, la participación de las mujeres en las fábricas durante las dos primeras décadas del siglo, fue tan elevada que el Anuario Estadístico de Medellín no consideró inconveniente excluir al personal masculino en sus estadísticas de obreras. “La producción de la industria textil está representada principalmente por hilados y tejidos de algodón, tejidos sintéticos y tejidos de punto, así como las confecciones de ropa de cama, de mesa y tapetes (Archila, 2008.p.37).

Bogotá y Medellín son las ciudades que más desarrollan este tipo de actividades, de hecho mientras que Medellín en cierta forma trabajo el tejido plano y algodón, ciudades como Bogotá se han vuelto expertas en género de punto y la famosa fibra sintética.

Figura 5. Exportaciones textileras.



Fuente: DANE. Cálculos: Crediseguro S.A. 2009

Tabla 1. Exportaciones de Colombia a Otros Países (Diciembre de 2009)

<b>País</b>	<b>US\$</b>	<b>Particip. (%)</b>	<b>Crec. (%)</b>
EE.UU.	15.354.175	5,08%	-25,51%
Venezuela	103.137.870	34,13%	4,64%
México	38.060.689	12,59%	25,37%
Ecuador	49.572.954	16,40%	-8,82%
C. América	12.498.758	4,14%	23,24%
Europa	5.547.140	1,84%	-14,43%
Perú	23.098.236	7,64%	-15,47%
Caribe	2.945.378	0,97%	-17,98%
Costa Rica	6.052.061	2,00%	17,80%
Chile	13.213.425	4,37%	32,72%
Brasil	8.211.616	2,72%	13,52%
Resto del Mundo	24.518.475	8,11%	NA
<b>Al Mundo</b>	<b>US\$ 302.210.777</b>	<b>100,00%</b>	<b>3,56%</b>

Fuente: PROEXPORT. Cálculos: Crediseguro S.A.

### 3.2.5 Estado Resultado en las empresas de confecciones y textiles.

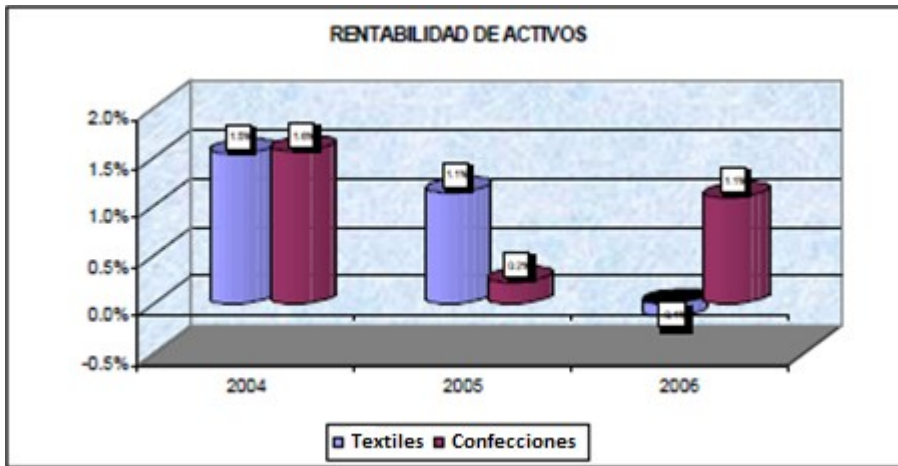
- La mayoría arrojan resultados financieros bajos o con deudas, dependen mucho de la diferencia en cambio

Resultado de los años 2007.2008 y 2009 empresas en Colombia

<b>Descripción</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Número de sociedades	471	471	471
Activo Corriente	3,087,563,323	3,158,800,468	3,589,866,579
Propiedad, planta y equipo	1,076,087,634	1,150,727,042	1,219,143,847
Activo no corriente	2,050,746,661	2,253,065,231	2,453,613,792
Total Activo	5,138,309,984	5,411,865,699	6,043,480,371
Obligaciones financieras	1,270,199,901	1,332,741,199	1,522,950,182
Proveedores	707,780,094	697,924,808	824,199,481
Pasivo Corriente	2,127,179,429	2,172,464,942	2,437,712,867
Pasivo no corriente	483,802,950	538,058,850	699,592,265
Total Pasivo	2,610,982,379	2,710,523,792	3,137,305,132
Total Patrimonio	2,527,327,605	2,701,341,907	2,906,175,239
Ingresos Operacionales	5,389,840,489	5,433,340,418	6,316,245,310
Utilidad Operacional	230,698,589	174,129,300	224,171,451
Utilidad Neta	79,423,601	33,806,506	34,621,744
Empleos textiles	18,901	20,372	22,115
Empleos confecciones	62,807	57,085	68,247
Empleo total	81,708	77,457	90,362
EBITDA textiles	171,901,894	160,296,177	166,684,464

Fuente: PROEXPORT. Cálculos: Crediseguro S.A. 2010

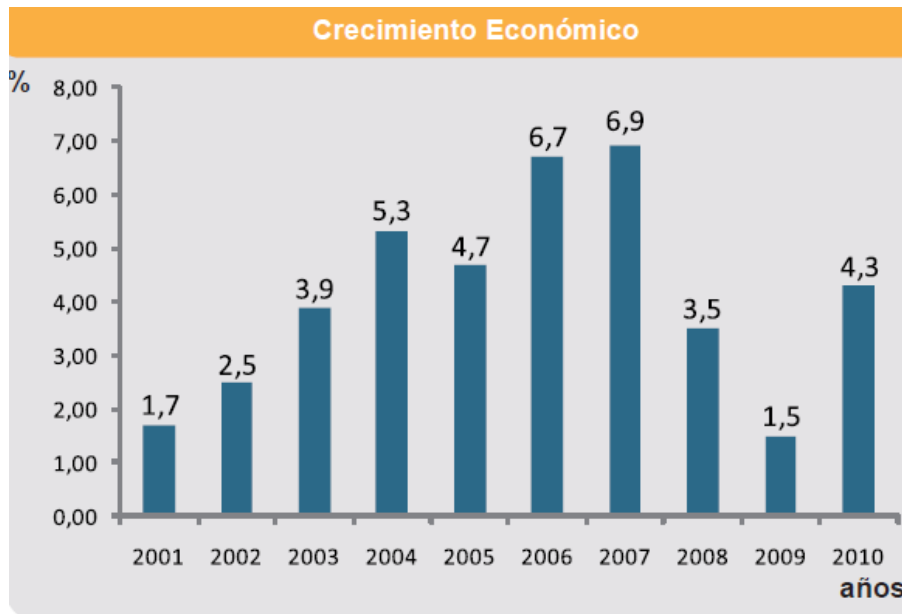
Figura 6. Rentabilidad de activos



Fuente: PROEXPORT. Cálculos: Crediseguro S.A. 2010

### 3.2.6 Crecimiento Económico en Colombia 2012

Figura 7. Crecimiento económico en Colombia



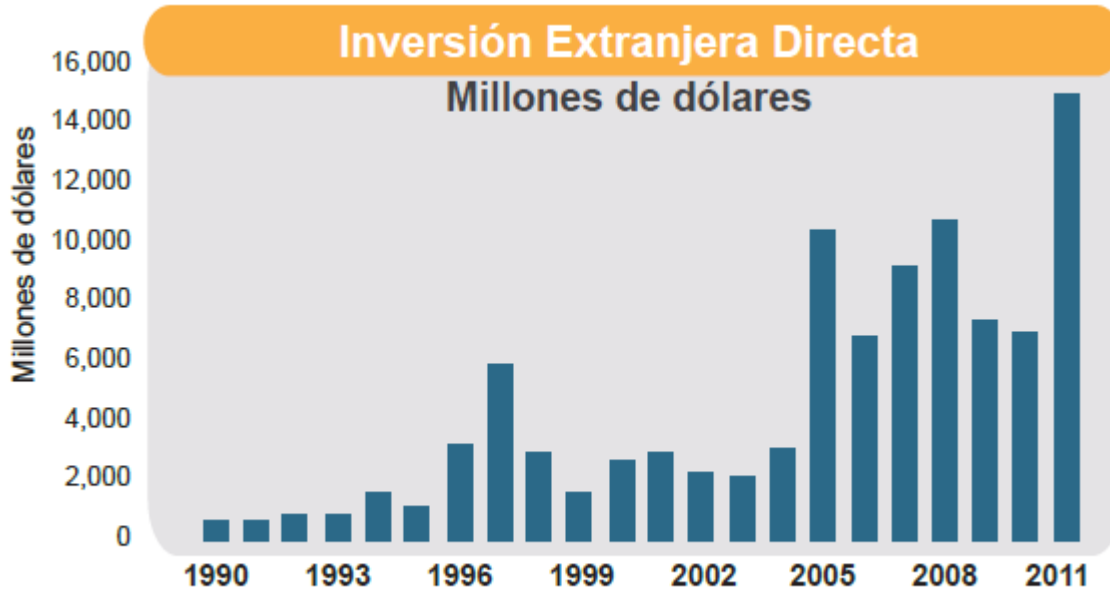
FUENTE: DANE

Fuente: DANE. 2012

En esencia, la economía no es creciente (3.9 acumulado 2012), es mediano su nivel , depende mucho de los EEUU y años antes dependía de Venezuela, Colombia intenta abrirse al mundo, pero internamente la industria está algo debilitada , el agro colapsa y las reformas tributarias afectan en alto grado a las empresas.

- ⇒ El Gobierno posee retos en cuanto a lo económico, pues el crecimiento no es el adecuado
- ⇒ El Gobierno intenta mejorar la inversión extranjera, pero muchas industrias como la de las confecciones, Café y demás, no alcanzan los logros económicos esperados para tal fin.
- ⇒ Hoy el **desempleo**, el **bajo PIB**, demuestran que la economía del país no tiene una tendencia creciente y si se da la opción de crecimiento sería en una baja proporción.
- ⇒ En Colombia el crecimiento económico, dista (está lejos), incluso hasta en la mente de los Colombianos por las pocas posibilidades que genera el país.
- ⇒ El futuro en Colombia es incierto y muestra de ello es la constante salida de colombianos hacia el exterior, en busca de mejores resultados.
- Un primer argumento es que la economía Colombiana desea crecer y surgir rápido encarecimiento, sin tener en cuenta sus infraestructuras industriales, sus tipos de cambio con respecto a una moneda patrón como lo es el Dólar americano, las políticas económicas, arancelarias y por sobre todo la continuidad de la economía que es muy dependiente del exterior sobre todo de EEUU

Figura 8. Inversión Extranjera en Colombia



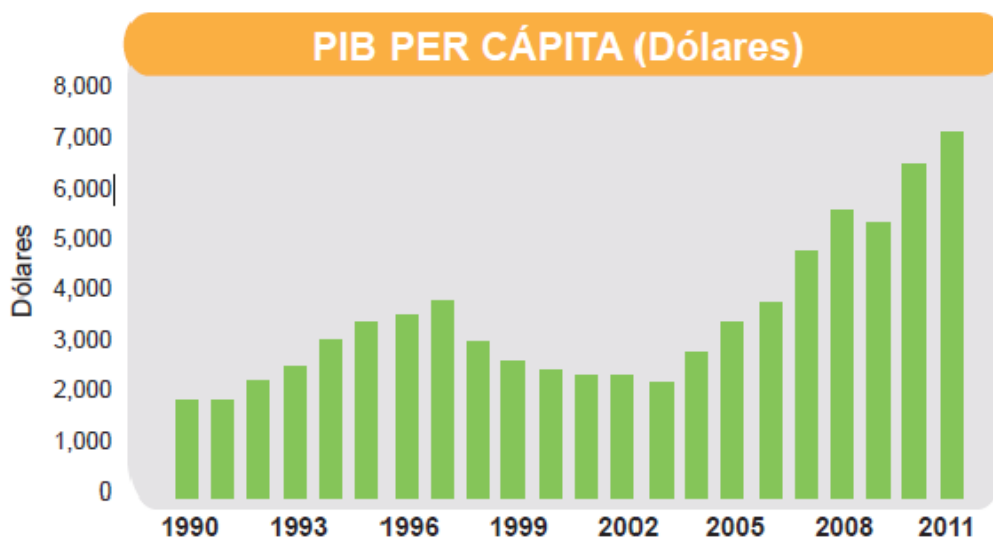
FUENTE: Banco de la República

- Un segundo argumento es que el Gobierno cambió la forma de tomar en cuenta los factores externos políticos y su grado de influencia en la economía, es decir, invita a los productores a pensar en otros mercados, para así fortalecer sus contextos y grado de adaptabilidad a las complejidades del mercado internacional, sin embargo ello no garantiza crecimiento económico.
- Un tercer argumento es que en Colombia el futuro económico lo determinan todas las políticas económicas que diseña el gobierno, algunos aspectos dependen de otras instituciones. Por ejemplo, la estabilidad de precios y el control de la oferta monetaria son dos tipos de medidas que dependen de la autoridad monetaria, es decir, del banco central.

Como antecedente del crecimiento económico se puede argumentar que el expresidente Uribe Vélez, manejó en forma adecuada la economía hasta el 2007, año de gran crecimiento (7.2%), pero que en el 2009 llegó a 0.5 % (PORTAFOLIO. 2011).

Los picos fueron muy extremos y ello se refleja en la actual economía algo estancada o rezagada en cuanto al crecimiento. Bajo el anterior contexto, el crecimiento económico es débil en la actualidad, hoy en el 2012, la flecha a donde se direcciona el crecimiento económico de Colombia está determinado por factores político-comerciales, ya que en la actualidad el gobierno genera una política bastante austera, lo que hace presagiar que los efectos en el crecimiento serán casi nulos, lo único positivo es la mejora de las relaciones con Venezuela.

Figura 9. PIB percapita en Colombia



Fuente: DANE- Cuentas Nacionales

En Colombia, las variables sociales, son directamente proporcionales al crecimiento de la economía, es decir, si hay un mejor PIB, Niveles del Inflación, Productividad, Inversión de Capital, muy seguramente se disminuyen aspectos como la pobreza (que aun que en los último años bajo 3 o 4 puntos decimales), los estragos sociales y las diferencias, que se hacen cada vez más latentes.

Además, el éxito que tenga la política económica no es algo que dependa únicamente de la acción del gobierno, sino que depende en gran medida de las reacciones de los agentes económicos, de su comportamiento y de la confianza que tengan en la administración, algo que el gobierno mismo no puede controlar, y menos a corto plazo.



De hecho, actualmente Colombia ataca varios frentes en su macroeconomía, quiere restablecer el déficit de la deuda externa, obtiene ayudas económicas pero casi todas con finalidades de inversión para la guerra interna que es otro factor que incide en el estancamiento actual. Este gobierno tuvo que tomar medidas rápidas y urgentes tomando como referencia los concejos del Fondo Monetario Internacional.

Por ejemplo, es innegable que el gobierno ha mejorado la política exterior económica, pero no la ha hecho crecer en forma ideal, es decir el gobierno la ha organizado y la direcciona hacia el exterior, pero la efectividad es mediana, aunque intenta mejorarse día a día con políticas más flexibles.

El actual gobierno (Santos) le apuesta al crecimiento de factores claves como por ejemplo la economía (Locomotoras que se espera despeguen). Quizás hoy, Colombia se dio cuenta que durante mucho tiempo ha manejado un comercio internacional muy cerrado a nivel de políticas y acuerdos que le generen beneficios, no solo en su aspecto económico, si no el social también, los modelos anteriores buscaban obtener divisas representada solo en productos insignias como el café, petróleo y carbón, pero hoy existen más productos y recursos que también son relevantes y pueden generar beneficios en su comercio internacional.

Además, si observamos que el crecimiento económico implica muchos aspectos políticos económicos complejos, variables volubles, estrategias y puesta en marcha de programas que lo aviven o hagan efectivo.

Cuando un país, busca mejorar su comercio internacional, normalmente ejecuta estrategias comerciales y acciones jurídicas legales con otros países en reciprocidad de un beneficio, inclusive hoy en día existen bloques geográficos comerciales unificados interesantes a cualquier país, que le permiten lograr tales metas, generando como teórica consecuencia mejore su economía.

Villar (2010, p.13), afirma que Colombia en los últimos años, le apuesta a mejorar sus relaciones internacionales comerciales, apostando y efectuando tratados de libre

comercio, los cuales permiten en cierta forma dinamizar su economía, tal como lo son con los ESTADOS UNIDOS.

Es decir, Colombia empieza con la implementación o puesta en marcha en poco tiempo de los tratados de libre comercio, una etapa en la cual sus productos insignias y los que “no”, sus empresas en general, sus servicios financieros, la infraestructura portuaria, terrestre, aérea, deben estar acorde a simplemente la desventaja será más evidente de lo que ya se presiente y percibe.

### **3.2.7 Textiles colombianos y la internacionalización de sus empresas**

- ⇒ El sector textil tambalea, pues los mercados internacionales se vuelcan hacia los productos Chinos.
- ⇒ El problema de la crisis mundial financiera no es da garantía del crecimiento del sector y la caída de la Can afecta aún más el sector.
- ⇒ La firma de tratados, la participación en convenios de cooperación y la creación de condiciones de evolución en el mercado, supone la interacción precisa a nivel social y la generación de estrategias de crecimiento y desarrollo donde los actores de la economía Colombiana, como es el textil, crean y potencian tanto ventajas competitivas como comparativas.

En este sentido, es vital entender que como tal, los países y las economías deben poseer características particulares según las cuales se logre una evolución y desarrollo en el mercado y en las condiciones específicas de él.

### **3.2.8 Mercado de diseño**

Medellín lidera aspectos claves como el diseño, está es una gran ventaja, además maneja franquicias que la hacen especial a nivel mundial, por ejemplo, exporta cantidades considerables a la comunidad Europea, Ecuador, México, Estados Unidos, Venezuela.

Llama la atención que en tejido plano Medellín exporta el 53%, algo clave, lo cual aporta más de 47.500 empleos directos que ayudan a la región y 155.000 indirectos.

Por ejemplo una de las fortalezas es que se producen bajo licencia marcas como: Levis, Girbaud y Used Jeans Company, Naf Naf, Esprit, Chevignon, Diesel, Fiorucci, Americanino, entre muchas otras más.

Luego, hoy por hoy con la aparición de la globalización comercial y la alta producción, diversas empresas textiles Colombianas que no alcanzaron el nivel tecnológico exigido en el medio, se vieron en la obligación de cerrar o fusionar sus empresas. Pero aquellas que aprovecharon en su momento las oportunidades ofrecidas por el gobierno obteniendo ingresos considerables, que a su vez fueron utilizados para adquirir nuevas tecnologías, las llevaron a ser competitivas a nivel mundial y lograron introducir nuevos mercados, con los cuales se pudieron formar las pequeñas y medianas empresas (Pymes). (ANIF. 2007)

### **3.2.9 Mercado de manufactura en Colombia**

Empresas: Fabricato, Coltejer, Enka,

Otras menos fuerte:

⇒ Textiles Balalaika S.a.

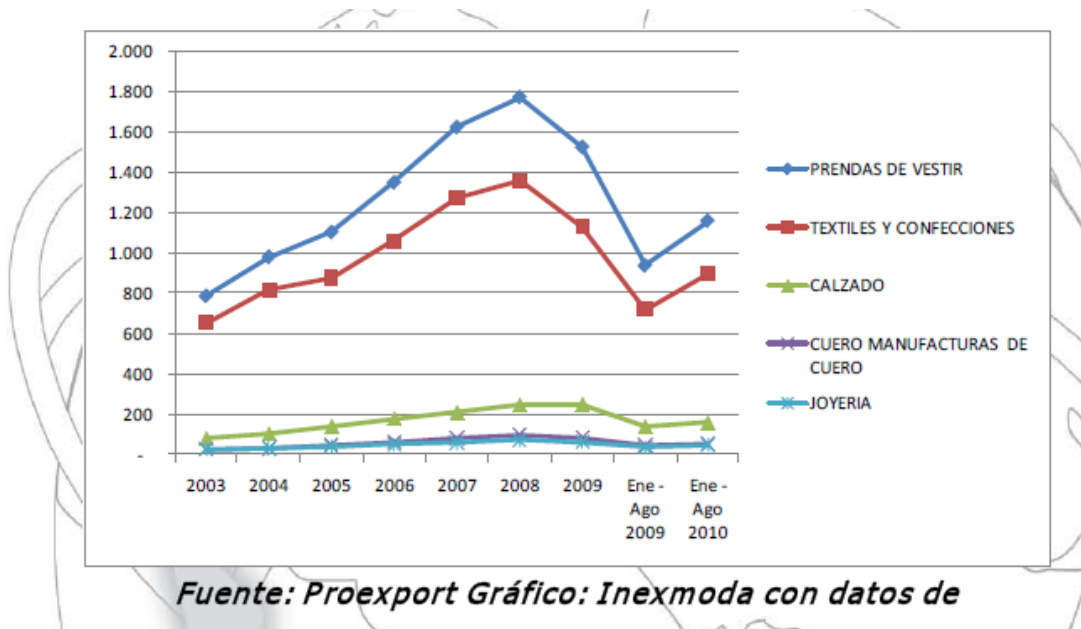
⇒ Textiles El Tesoro

⇒ Textiles Racotex

⇒ Coletex S.a.

- ⇒ Textiles Casa Añeja
- ⇒ Eco Moda Textiles
- ⇒ Textiles El Molino
- ⇒ Textiles Texgom Ltda.

Figura 10. Exportaciones Colombianas Indumentaria 2003-2010



INEXMODA. 2010

### Procedimiento certificación de origen

Honduras y Colombia. En el caso de los hilados de filamentos de nylon originarios de Estados Unidos, México, Israel y Canadá se acordó que estos se considerarán como originarios de Honduras y Colombia. Otra excepción relevante para Colombia se presenta en la norma para sostenes para los cuales se reconoce el origen sobre la base de una transformación simple (cortado y cosido).

En el caso del comercio en este sector con Honduras, luego de la puesta en vigor del acuerdo, se incluirá un mecanismo que permita la incorporación o supresión de insumos

identificados como de escaso abasto. Con los tres países centroamericanos se acordó una cláusula que permitirá en el futuro que se reconozcan como originarios insumos y materias primas de terceros países previo acuerdo entre las partes.

En el caso de los hilados de filamentos de nylon originarios de Israel y Canadá la factura de compra será prueba suficiente de origen. En el evento de que Colombia u Honduras acuerden tratados de libre comercio con Canadá o Israel el documento válido será el certificado de origen correspondiente.

### ***3.3 Acuerdos comerciales existen entre Colombia y Guatemala***

#### ***Tratado De Libre Comercio Entre La República De Colombia Y Las Repúblicas De El Salvador, Guatemala Y Honduras***

Lo más importante de este tratado es la **desgravación arancelaria**, algo que conviene considerablemente al sector de los textiles, entre otros apartes se podría decir que ello dinamiza el comercio entre el Gobierno de la República de Honduras, el Gobierno Colombiano, la República del Salvador, el Gobierno de la República de Guatemala, ya que todos en cierta forma buscan fortalecer la integración económica regional

En el caso de la República de Honduras y la República de Colombia aplica lo dispuesto en el Artículo 4.17.

Tabla 2. Desgravación arancelaria

<b>Capítulo 56</b>	<b>Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales</b>
5608.11	<p>PARA EL CASO DE EL SALVADOR Y COLOMBIA:</p> <p>Un cambio a redes de pesca industrial de fibra sintética de la subpartida 5608.11 desde cualquier otra partida.</p> <p>PARA EL CASO DE GUATEMALA Y COLOMBIA: SUJETA A NEGOCIACIÓN FUTURA.</p>
5608.90	<p>PARA EL CASO DE EL SALVADOR Y COLOMBIA:</p> <p>Un cambio a redes para pesca industrial (excepto de algodón) de la subpartida 5608.90 desde cualquier otra partida.</p> <p>PARA EL CASO DE GUATEMALA Y COLOMBIA: Sujeta A Negociación Futura.</p>

Fuente: AGEXPRONT. 2012

Figura 11. Exportaciones totales indumentaria. 2009

Indumentaria	FOB US\$		Diferencia \$US	Variación 2010/2009
	2009	2010		
<b>Indumentaria</b>	<b>1.148.222.520</b>	<b>803.772.540</b>	<b>-344.449.980</b>	<b>-30,0%</b>
<b>Textiles y confecciones</b>	894.377.588	629.580.039	-264.797.549	-29,6%
<b>Confecciones</b>	461.398.835	434.769.372	-26.629.463	-5,8%
<b>Textiles</b>	432.978.753	194.810.666	-238.168.086	-55,0%
<b>Cuero manufacturas de cuero</b>	137.669.206	130.025.767	-7.643.439	-5,6%
<b>Cueros</b>	97.829.328	82.567.946	-15.261.382	-15,6%
<b>Manufacturas de cuero</b>	39.839.878	47.457.821	7.617.943	19,1%
<b>Calzado</b>	93.248.338	27.352.106	-65.896.231	-70,7%
<b>Joyería</b>	22.927.389	16.814.628	-6.112.760	-26,7%
<b>Bisutería</b>	17.252.865	14.681.996	-2.570.869	-14,9%
<b>Orfebrería</b>	4.894.492	1.655.451	-3.239.041	-66,2%
<b>Joyería</b>	780.031	477.181	-302.850	-38,8%
<b>TOTAL</b>	<b>21.057.390.424</b>	<b>25.675.011.396</b>	<b>4.617.620.972</b>	<b>21,9%</b>

Fuente: AGEXPRONT. 2012

### Desgravación arancelaria en el ámbito industrial (INEXMODA. 2010)

Las canastas de desgravación arancelaria acordadas fueron:

A: inmediata B: hasta 5 años C: hasta 10 años D: hasta 15 años F: hasta 20 años E: bienes excluidos G: preferencias fijas que vienen de los acuerdos de alcance parcial

En estos casos, la modalidad de desgravación es lineal. La canasta E recoge las líneas arancelarias excluidas del programa de desgravación y la canasta G identifica las preferencias fijas que vienen de los acuerdos de alcance parcial antes mencionados.

Aunque inicialmente se pensó trabajar listas únicas por la similitud entre los intereses de los países del Triángulo Norte hacia el mercado de Colombia, durante el proceso de

negociación fue necesario considerar listas por país dada la existencia de sensibilidades diferentes. Es importante resaltar que la mayor diferencia se presenta en el sector textil confección donde se acordó con Honduras un cronograma de inmediata desgravación en Colombia por cinco años, mientras que con Guatemala y El Salvador quedó excluido de la negociación.

### **3.4 GUÍA DE EXPORTACIÓN PARA LAS PYMES CONFECCIONISTAS DE COLOMBIA PARA GUATEMALA.**

En este capítulo, se generan las directrices generales de la guía de exportación (Se supone que antes hay un estudio previo del mercado por parte del exportador), algunos criterios pueden ser modificables, debido a cambios en la normatividad

#### **3.4.1 Documentos básicos para exportar (Empresa que exporta)**

En Colombia se procede al cumplimiento de normas básicas legales para poder exportar y entre ellas el sector de las confecciones, en especial las empresas del valle de Aburrá deben cumplir con el total de los requisitos, más las normas y documentación pertinente para el logro de las mismas, como por ejemplo los aspectos legales que se exigen en Guatemala.

- a. Muestra de la escritura pública legal y actualizada
- b. Inscripción en la DIAN
- c. Inscripción en la Cámara de Comercio
- d. NIT y RUT de la empresa de confección (Aspectos de legalidad ante la DIAN)
- e. Estar inscrito como exportador
- f. Describir si exporta en forma directa o a través de una Comercializadora Internacional

#### **3.4.2 Documentación para la Inscripción en Mincomex**

Un aspecto muy importante que se debe tener en cuenta al exportar confecciones desde el valle de Aburrá, es saber o determinar si existen las respectivas inscripciones ante el Ministerio de Comercio Exterior, dado que existe un mínimo de reglamentación, en la cual se posee toda la información básica de las empresas, ya que con esas



inscripciones se constatan las informaciones, se verifican y se logra tener más confianza desde la perspectiva del Estado.

- a. La documentación empieza con la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios
- b. El segundo paso es inscribirse en el Registro de Productor Nacional
- c. Luego, mostrar la oferta Exportable y demostrar la Solicitud de Determinación de Origen

Diversas empresas, poseen serias dificultades al momento de la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, porque no llenan el total de los requisitos o ponen datos incorrectos (En esencia se busca es la ubicación de la empresa en forma física, geográfica y jurídico). Esta inscripción se debe hacer cada año.

En tal sentido PROEXPORT, que es la entidad encargada de orientar al exportador, posee instructores y especialistas en los temas de aduana, que ayudan al desarrollo de tales actividades.

Por ejemplo, las exportaciones se desgravan del IVA, es decir, que exportar no genera pago de IVA y se puede solicitar en devolución todos los IVAs que se les ha cobrado, Esta desgravación, se hace como una medida excepcional del estado Colombiano para incentivar las exportaciones.

BANCOLDEX, es una entidad que presta dinero a exportadores, sin embargo posee una exigencia mínima y es carta de garantía a la mayoría de los exportadores. Regularmente el Ministerio de Comercio Exterior después de una adecuada información, entrega un comprobante y un número de radicación a la persona que lo radica.

### **3.4.3 Documentación de venta o Factura Comercial:**

En esencia, es el documento en donde se detallan todos los contenidos de la transacción, unidades, características, valor, entre otras. En una exportación es vital, por su valor de credibilidad.

#### **3.4.5 Documento de embarque:**

Es la formalidad del transporte de la exportación. su ventaja, está en el hecho que confirma el compromiso de la empresa transportadora. El valor depende de la negociación o del INCOTERM.

#### **3.4.6 Certificado de origen:**

Sirve para que se generen los descuentos arancelarios en las diversas partes del mundo, en donde el país origen tenga acuerdos, aplica mucho en los tratados de libre comercio u otros.

#### **3.4.7 Relación de Inscripción de Oferta Exportable y Determinación de Origen**

Este documento es muy importante, dado que es la que permite corroborar que la exportación es creíble, que existe tal intención y por sobre todo que tiene una validez de 2 años, de allí su importancia.

En este sentido el Ministerio de Comercio es exigente e incluso corrobora este aspecto con cautela, es decir, muchos aspectos colaterales como el narcotráfico usa mucha la figura de oferta exportable para utilizarla para otro fin.

#### **3.4.8 Lista de empaque:**

Información específica de los embalajes, es decir, la manera en la que exporta (Aspecto físico)

#### **3.4.9 Certificación del transportador**

Aquí el aspecto clave es que el documento de embarque trasmite electrónicamente todo aquellos aspectos relacionados con la carga

#### **3.4.11 Documento de Exportación- DEX**

Este es quizás el documento de más importancia en el proceso de exportación, ya que es el que legaliza la exportación como tal, la DIAN es la encargada de esta legalidad y lo que llama la atención es que tenga dos sentidos, por un lado la Autorización de Embarque y desde otra perspectiva como Declaración Definitiva.

De acuerdo a las exportaciones, regularmente se presenta la Declaración Definitiva al generar un embarque con cifras definitivas, en algunos casos con datos provisionales y luego se legalizan.

El DEX solo lo diligencia el exportador, allí está la clave del mismo-

Por ejemplo, ante la DIAN se presenta una solicitud de autorización de embarque, autorización de embarque, ingreso de la mercancía e Inspección de la mercancía

#### **3.4.12 Declaración Simplificada de Exportación: (Caso específico de muestra sin valor comercial)**

Esta se genera mucho cuando se intenta ingresar a una nación y promocionar los mismos, lo que los caracteriza es que regularmente el valor FOB no es mayor a los límites que formula la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) mediante resolución.

#### **3.4.13 Expedición del DEX**

En esencia representa el número de manifiesto que el sistema ofrece en forma consecutiva, es decir, varía de acuerdo a las fechas y demás, lo más importante es que se convierte en Declaración Definitiva.

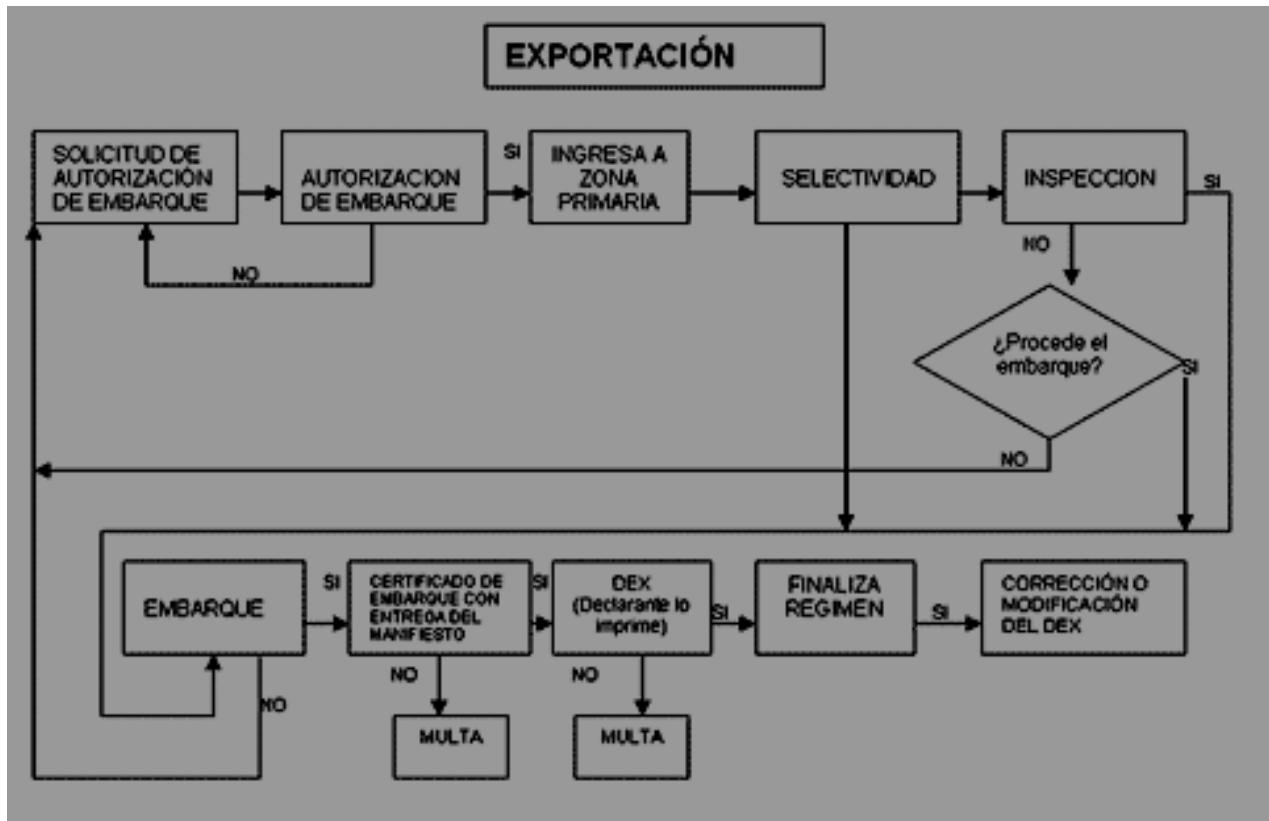
Hay que explicar que el reintegro de las divisas y régimen cambiario, se refiere básicamente al proceso necesario para hacer efectivo el pago de la exportación, el exportador tiene la obligación de reintegrar, dentro de los seis meses siguientes a la recepción de las mismas, la totalidad de las divisas obtenidas por la venta de sus mercancías.

En cuanto a los seguros de crédito a la exportación, básicamente es una obligación o un sistema que intenta garantizar que se logre recuperar lo vendido al exterior, es decir, para que las empresas logren cobrar sus exportaciones, pero en muchos de los casos se presentan problemas al respecto

SEGUREXPO y CREDISEGUROS son los que en Colombia ofrecen este tipo de seguros, algo complejo en la práctica, aun más con las crisis financieras internacionales

Aquí hay requisitos para el pago de indemnizaciones y aspecto legales más complejos.

Figura 12. Proceso de exportación



Fuente: Bancoldex. 2012

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

De acuerdo a los resultados obtenidos, la correlación de los objetivos específicos desarrollados, las estadísticas, informes y estudios del sector textilero, números de Proexport, balanza comercial, Guatemala es un país ideal para exportar textiles desde las pymes del Valle de Aburrá, todo ello, implica que se debe mejorar la forma en que se exporta, es decir una guía debe ser la base, sumada a las condiciones mínimas que deben poseer quienes deseen exportar.

Todo apunta a que estas pymes del valle de Aburrá generarían mayores logros, si trabajan en forma de clúster o se asocian de manera integral, ya que muchas regiones del mundo, así lo hacen.

Exportar no es fácil, pero tampoco es imposible, es decir, las pymes textiles deben estar preparadas para cambios significativos en las mismas, ello involucra desde lo organizacional, administrativo y a lo comercial.

Colombia durante mucho tiempo ha manejado un comercio internacional muy cerrado a nivel de políticas y acuerdos que le generen beneficios, en su aspecto económico y social. Los modelos anteriores buscaban obtener divisas representada solo en productos insignias como el café, petróleo y carbón, pero hoy existen más productos y recursos que también son relevantes y pueden generar beneficios en su comercio internacional.

Quizás solo en la última década se notó la importancia que esto significa, de tal forma que la oportunidad de exportar textiles a Guatemala, se presenta en un momento en el que la economía tiende a despegar, la inversión extranjera es evidente, la inflación posee niveles bajos, lo que demuestra que se debe considerar, si es el momento indicado para poder abrir las puertas y expectativas a nuevas formas de comercializar nuestros productos y servicios.

De tal manera que la posibilidad de Guatemala, independientemente de sus ventajas o desventajas, se presenta en un momento ideal de la economía Colombiana, que aunque posee ciertas condiciones por corregir, le ha apostado a un crecimiento considerable en los últimos 4 años, lo que evidencia que si se puede mejorar el crecimiento económico y muchas variables más.

Paralelo a ello, es innegable que el empresario Colombiano muestra expectativa con Centro América, pues las ventas en el mercado interno no son muy buenas, lo que a la postre se convierte en una especie de temor financiero y comercial; bajo esta perspectiva los sectores económicos Colombianos como los textileros deben abrirse a los mercados internacionales.

Luego, el sector textil en Colombia ha tenido una alta elasticidad (precio de la demanda), el comportamiento del consumo aparentemente ha sido muy dinámico, pero los precios que el sector registró tuvieron un descenso ininterrumpido, mostrando un supuesto. Las empresas de confecciones han mostrado sensibilidad a la devaluación. Es importante resaltar que este sector se proyecta con una excelente capacidad competitiva para enfrentar retos como la globalización comercial de las confecciones, buscado como prioridad la satisfacción del cliente que demanda estos productos.

El Sector confecciones en el Valle de Aburrá debe exportar hacia Guatemala debido a la gran oportunidad de negocio que ello implica. Las empresas de confecciones mencionadas se han desarrollado en muchos sentidos, más los de tipo tecnológico en cuanto a los retos internacionales, equipándose y aplicando tecnologías y criterios de avanzada y todo esto con miras a lograr un mayor nivel en la forma de vida y sobre todo enfatizando la optimización de la calidad de sus productos.

Es una gran oportunidad dado que el país en la actualidad vive un mediano crecimiento económico, que arrastra consigo una serie de problemas y situaciones alternas que afectan la economía local, y por lo tanto la generación de empleo, si se exporta se puede contribuir en tal sentido.

De tal manera que el mercado de Guatemala, independientemente de sus ventajas o desventajas, se presenta en un momento ideal para la economía Colombiana, que aunque posee ciertas inconsistencias por corregir, le apuesta a un crecimiento considerable en los últimos años, lo que evidencia que si se puede mejorar el crecimiento económico y numerosas variables.

En consecuencia, en la actualidad múltiples naciones y sus empresas de confecciones inspiradas en la internacionalización, están aprovechando las circunstancias de la economía global y realizan exploración de mercados internacionales para posicionar de mejor manera sus productos, aunque ello implique un alto riesgo para su economía, pues la mayoría de las exploraciones de mercados internacionales les han generado gran complejidad y relegado ciertas economías.

#### **4.1 Posibles escenarios económicos empresas del sector de las confecciones del valle de Aburrá**

Las empresas del sector de las confecciones del valle de Aburrá, generarán beneficios integrales a sus socios, trabajadores y demás, en la medida que todos sepan cómo exportar en forma adecuada a Guatemala, es decir, las condiciones de negociación, las variables de costos, volúmenes de exportación y demás son clave para tal efecto.

Es decir los escenarios estarán demarcados con la capacidad de producción de las empresas, por lo regular las grandes o las que pertenezcan a ciertos conglomerados económicos, estarán en mejor ventas que las que la hacen de manera individual. Esto último a su vez está determinado por las condiciones económicas particulares de las empresas y las condiciones económicas generales del país. (Colombia es muy variable en su economía)

Si se logra la estabilidad macroeconómica y de las políticas del mercado de las confecciones y textil, la financiación empresarial traerá como consecuencia el crecimiento empresarial y por ende el desarrollo más estructurado de las mismas con miras de exportar hacia Guatemala.



Colombia, se enfrenta a un reto y es aplicar solución inmediata a los problemas coyunturales que padece en la actualidad, es decir, se debe diseñar una política macroeconómica más acorde a la realidad de falta de financiación de muchas empresas de las confecciones del valle de Aburrá, en especial las Pymes, máxime en plena recuperación de la economía mundial, (Las políticas de incentivo al sector textil y confecciones deben ser más acordes a las circunstancias).

Bajo el anterior contexto, el crecimiento económico es mediano en la actualidad, hoy en el 2012, la flecha a donde se direcciona el crecimiento económico de Colombia está determinada por factores coyunturales (Política comercio internacional, Inversión extranjera, etc)

Todo lo anterior implica que dentro de este sector de confecciones en el valle de Aburrá se viene presentando un crecimiento sostenible en la emisión de bonos o acciones, lo cual indica que se va por buen camino y se proyecta un crecimiento del mercado y en proyectos de gran magnitud como la exportación a Guatemala que será el objetivo de casi todas las que operan en esta zona de Antioquia

Este síntoma se ha visto en Colombia y se ha palpado a lo largo del desarrollo de este análisis, que se ha venido creando un ambiente de confianza en el sector de las confecciones pese a las crisis de la industria local y cada vez más las empresas y en especial las grandes firmas presentan niveles aceptables de utilidad, sobre todo porque los inversionistas han respondido efectivamente con decisiones estratégicas como buscar exportar más. Esto demuestra que durante los últimos años en Colombia se ha venido fortaleciendo en el mercado de las confecciones con mira hacia el exterior.

**Economía Intermitente**

Tabla 3. PIB proyectado

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 p	2012 p	2013 p	2014 p
PIB total	5,3	4,7	6,7	6,9	3,5	1,5	1,73	4,0	3,3	4,7	4,4

FUENTE: DANE. 2010

Acevedo (2009) afirma acertadamente que “Un estado debe con sus políticas mejorar la economía, de hecho para poder ser competitivo en el contexto moderno los Estados y sus economías deben romper los lazos con el pasado (Enfoques económicos tradicionales), con otras estructuras y con patrones que no los hacen competitivos, en este sentido es conveniente que se tenga en cuenta que los modelos neoliberales no aplican a todo tipo de sociedad, pues vuelven la economía “dual”,(Ricos más ricos y pobres más pobres).

Hay que tener en cuenta que aunque en Colombia se ha mejorado la filosofía empresarial, los niveles de producción y algo en lo tecnológico, es claro que no son competentes, frente a empresas que llevan años evolucionando a nivel integral como las Norte Americanas, de allí que estamos en desventaja frente a lilac y considero que el impacto será más negativo que positivo, pues solo pocos subsectores y sectores se beneficiarán.

En consecuencia, las empresas deben ser mayormente competitivas, para no quedar rezagadas respecto a otras, todo ello contribuye con base en sus ventajas competitivas a la generación de un mayor posicionamiento de la economía de un país y una ubicación más elevada dentro del mercado externo, Colombia apenas le apuesta a eso,

a que sus empresas sean más competitivas, pero están en total desventaja tecnológica y competitiva frente a ellas.

Paralelo a ello, el actual presidente (Santos) le apuesta a aspectos tales como la firma de tratados, la participación en convenios de cooperación y la creación de condiciones de evolución en el mercado, que suponen la interacción precisa a nivel social y la generación de estrategias de crecimiento y desarrollo de su producción, en donde los actores sociales crean y potencian tanto ventajas competitivas como comparativas (en la praxis este proceso es algo lento y no efectivo).

## **CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES**

- Se concluye que las posibilidades de exportación a Guatemala para las pymes confeccionistas del Valle de Aburrá, son “Altas”, generan buen clima y ello impulsaría de manera directa y sostenida este subsector, sobre todo porque Centroamérica es un escenario geográfico económico ideal y muchos más cuando Guatemala crece en calidad de vida, consumo de productos como las confecciones, lo que involucra otras variables como por ejemplo, ampliar esas posibilidades.
- Desde otra perspectiva, las ventajas y desventajas del mercado de Guatemala para las Pymes confeccionistas del Valle de Aburrá, dependen en gran forma de la conjugación de muchas variables (internas y externas) que se generen dentro del desarrollo del mismo, su aplicación y sobre todo la aplicación de políticas comerciales, estrategias del sector, entorno económico acordes con las complejas situaciones que se podrían presentar por exportar al país Centroamericano.
- Desde la perspectiva de los beneficios, la exportación a Guatemala, permitirá dinamizar renglones diversos de la economía del valle de Aburrá y entre ellos las empresas de confecciones, sobre todo aquellas que están mejor preparadas en sus aspectos financieros y administrativos, lo que les permitirá realizar procesos de exportación. Sin embargo, tienen que entrelazarse una serie de factores y circunstancias para que este efecto sea en forma conjunta a este tipo de empresas
- En esencia las Pymes confeccionistas del Valle de Aburrá deben abrirse al mercado mundial, no solo con los Guatemala, si no con países Europeos, esa sería una buena opción, aunque hay que reconocer que Guatemala, es clave por su alta influencia en Centro América.

- Otra conclusión es que las pymes de confecciones mejorarían sus relaciones comerciales con los Guatemala, se constituirán en un país estratégico y comercial durante años., luego, la comercialización generaría un mayor dinamismo de la economía y mejora de las condiciones socioeconómicas del país, luego, se aprovecharía el mercado de Guatemala para penetrar en mercados no abiertos hasta el momento y posicionar productos ávidos de mercados, además se fortalecería la comercialización y no dependería de otros factores o mercado, se darían a conocer nuevos productos y las estrategias comerciales serían globales.
- Es un hecho innegable que las pymes de confecciones, experimentan un cambio fundamental en sus modelos económicos y comerciales, años atrás esas pymes se encontraban relativamente aisladas unas de otras, mediante barreras políticas o administrativas que impedían su crecimiento como sector en el valle de Aburrá. En la actualidad múltiples pymes de confecciones en Colombia y el mundo inspiradas en la internacionalización están aprovechando todos los escenarios posibles y Guatemala es uno de ellos.
- Las pymes de confecciones en Colombia ha estado en una posición desventajosa, ya que no ha contado con una economía sólida, además el clima de violencia reinante en el país le ha restado potencialidades y capacidades efectivas al momento de desarrollar convenios y estrategias de mercado que permitan el logro de una negociación equitativa y enriquecedora en el mercado.

**Recomendaciones:**

- ⇒ Urge de consolidación de bloques regionales para lograr mayor desarrollo en estas pymes de confecciones del Valle de Aburrá
- ⇒ Mayor solidez de la economía Colombiana para insertarse en la economía global.
- ⇒ Nuevas estrategias de crecimiento y negociación del subsector

## REFERENCIAS

- ACEVEDO, Francisco. (2001). La teoría económica. Medellín: Bedout.
- ALVAREZ, pedro. (2004) "Una visita a Tejidos Hernández".
- ANIF. (2007). Riesgo en el comercio. Primer semestre
- ANIF. Centro de Estudios Económicos. (2006). Textiles. En: Riesgo Industria.
- ARANGO, Luz Gabriela (2006). Investigación en curso en una empresa bogotana. Comité de Investigaciones de la Universidad de los Andes.
- ARCHILA, Mauricio. (1992). Cultura e identidad obrera. Colombia 1910-1945. Cinep, Bogotá, 1992, Pág.125.
- ATTALI, Jacques (1991): Milenio. Barcelona. Editorial Seix Barral. Diciembre. 109 págs.
- BOTERO, Fernando. (1992). "Industrias", La Patria, Medellín, julio 30 de 1906, La industrialización en Antioquia. Génesis y consolidación 1900-1930. CIÉ, Universidad de Antioquia
- CARDONA, Diego. (1992). Colombia y la integración Latinoamericana. Bogotá: Friedndech. 1992,
- E. BARBÉ: (2003) Negocios internacionales, 2ª ed. Ed. Tecnos, Madrid, (CPS/327 BAR rel)
- FRANCO, Andrés. (1997).Colombia: La internacionalización y el aislamiento. Bogotá: Proexport.
- FRAZER Nancy, Iustitia interrupta, (1999) Bogotá: Universidad de los Andes, Siglo del Hombre Editores.
- GARCIA PICAZO, P. (2002): La sociedad internacional en el cambio de siglo (1885-1919). Madrid, UNED.

JUNGUITO, Roberto. (2000). Pobreza y economía. Bogotá: Uniandes. 2000,

KRUGMAN, P. (1995). Economía Internacional, Mc Graw Hill, España. 1995. p.36

LIPSEY (1960): "La teoría de las uniones aduaneras: un estudio general". En Comercio internacional. Textos escogidos. (ed. J. Bhagwati), Ed. Tecnos, Madrid 1975.

LOPEZ, Humberto. (2004). El método Harvard de negociación. Medellín: Cámara de Comercio. p. 28

MENDOZA, Breny; (2006) "Género en la estrategia de desarrollo humano" y SAGOT,

MERLE, M.: Sociología de Los negocios internacionales. Madrid, Alianza, 1991, (2.a ed. revisada y ampliada).

MERRIT, Isska. (1978). Los nuevos desafíos de la interdependencia. L.A.: Stanford. 1984, p. 17

PARDO, Rodrigo y DREKONJA, Gerhard. (1995). Retos de la política exterior colombiana. Bogotá. p. 17.

RIVERA, Amanda. (1997). Condiciones de Colombia frente al TLC. Norma.

RIVERA, Amanda. (2007). Condiciones de Colombia frente al TLC. Norma

SERNA, Hugo. (1999). Notas de economía. Bogotá: Uniandes. 1999, 301 p.

STEVENSON, Rita. (2001). La negociación y los procesos negociados. México: Trillas. 2001, p. 97

USCATEGUI, Gina. (2001). Las teorías de las relaciones. San José: INCAE. p. 28

## **DISPONIBLE EN INTERNET**

<http://fadep.org/blog/principal/demografia/datos-demograficos-de-guatemala/>

[http://www.investinguatemala.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=13&Itemid=15&lang=espano](http://www.investinguatemala.org/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=15&lang=espano)



<http://www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm>

<http://datos.bancomundial.org/pais/guatemala>

## **ANEXOS**

### **ANEXO A**

#### **ENTREVISTAS A EJECUTIVOS DE ANALDEX Y OTRAS ENTIDADES**

##### **ENTREVISTA 1- DIEGO RENGIFO GARCÍA VICEPRESIDENTE TÉCNICO ANALDEX**

¿Es válida la afirmación de que Medellín es cuna de las confecciones y la moda en Colombia?

R/ es cierto, la industria de la confección no solo tiene tradición, se mantiene y es referente en el país. La moda juega un papel importante al igual que el diseño, la ferias que realiza Medellín sin de reconocimiento nacional e internacional

Los paisas hemos crecido mirando a Coltejer y tal vez pensando que representa un icono de la fuerza textil de Medellín y del país. ¿Todavía somos fuertes en textiles y tiene el sector textil colombiano la capacidad de suplir la demanda, o por el contrario es saludable para las empresas de confección, importar telas?

R/ Son fuertes en el sector textil, pero toda la demanda y necesidades no pueden ser atendidas por Coltejer, ahora el sector textil en Medellín no es solo Coltejer, quizá la más emblemática pero otras industrias tiene buena participación en el mercado no solo local, también nacional que también atienden y deben atender la demanda del mercado interno. Por supuesto es claro que el país importa materia textil

¿Cómo afecta a las pymes del sector textil-confección, la entrada de las confecciones de la china?

R/ Es un tema de constante preocupación, porque las pymes (talleres satélites de confección y generadoras de empleo y mano de obra) deben ser apoyadas y proyectadas en temas de formalización empresarial, crecimiento, acceso al crédito, encadenamientos productivos, etc. La base empresarial exportadora son en su mayoría pymes

Entendiendo que una gran cantidad de empresas de confección tienen un buen producto para exportar y no lo hacen, ¿cree usted que esto es debido más al temor de enfrentar mercados desconocidos o por la falta de infraestructura y apoyo gubernamental, o existen otras razones?

R/ Nos hemos venido contentando con atender el mercado interno. Lo cierto es que ya hay empresas que pueden exportar y no lo hacen, están en una zona de confort, que puede ser peligrosa. El reto es la internacionalización a través de la exportación. Se ha demostrado que hay muchas empresas buenas, por el diseño de sus productos, por la innovación de sus productos, por los precios, es decir son competitivas, hay que acompañarlas y apoyarlas en este paso, el gobierno nacional, con proexport está haciendo la tarea.

¿De qué manera una pyme sin experiencia exportadora podría incursionar en nuevos mercados sin que el tema cambiario las afecte mucho (consejos, trucos ó ayudas)?

R/ La tasa de cambio no de ahora, desde hace mucho años es un problema de los exportadores, el sistema financiero tiene y ha venido trabajando sobre un sistema de coberturas cambiarias para mitigar este tipo de impacto. Ahora las cosas son

más predecibles y no hay necesidad de correr un riesgo o dejar que un negocio corra ese tipo de riesgo cuando a través de las coberturas se puede tener certeza de lo que se recibirá en los negocios. Se debe fortalecer el uso de este tipo de herramientas y masificarlos para abaratar costos.

¿Está de acuerdo en que el desarrollo del país está cifrado más en las pymes que en las grandes industrias?

R/ Es así, Colombia es un país de pymes luego en la industria, distinto a petróleo y carbón, esa es la apuesta del gobierno. Existen muchos mecanismos del gobierno para fomentar el crecimiento de las pymes, hay que buscarlas y saber cómo aprovecharlas de la mejor manera

Argos y Leonisa, entre otras, son grandes empresas que tienen su departamento de comercio internacional y para las cuales hacer un ejercicio exportador es relativamente fácil, además cuentan con el apoyo de proexport. Para una pyme que tenga un buen producto y que haya identificado buenas oportunidades en el exterior:

Que recomendaciones le daría a estas empresas para iniciar su ejercicio exportador. Proexport es muy buena opción

Entendiendo que proexport es más una fuente de consulta y de acompañamiento a empresas con vocación exportadora, ¿existe otra entidad que se ocupe más al detalle de estas pymes y que les haga un acompañamiento completo en el proceso de exportación?

Proexport no es solo consultas de información, apoya de manera directa a los exportadores, ruedas de negocios, misiones comerciales, financia incursión de las empresas y participación en ferias, ahora no es solo proexport, miremos el tema financiero: Bancoldex, acceso al crédito y así podríamos mirar otras ayudas del gobierno nacional y local.

## **ENTREVISTA 2- SANTIAGO PELÁEZ ZAPATA COORDINADOR SERVICIOS INTERNACIONALIZACIÓN CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA**

¿Es válida la afirmación de que Medellín es cuna de las confecciones y la moda en Colombia?

Si, por el número de empresas relacionadas a este clúster que tienen domicilio en Medellín y Valle de Aburrá.

Los paisas hemos crecido mirando a Coltejer y tal vez pensando que representa un icono de la fuerza textil de Medellín y del país. ¿Todavía somos fuertes en textiles y tiene el sector textil colombiano la capacidad de suplir la demanda, o por el contrario es saludable para las empresas de confección, importar telas?

No, Medellín y Antioquia son fuertes en Confecciones. En la Década de los 20 y 30 nacieron las grandes empresas textiles en esta Zona; sin embargo con el tiempo esta fue relegada. Hoy en día la industria textil en Colombia cuenta con grandes empresas en Bogotá, Medellín y un sin número de importadores-distribuidores; ya que las telas importadas o son más baratas y ofrecen una gran diversidad.

¿Cómo afecta a las pymes del sector textil-confección, la entrada de las confecciones de la china?

En realidad en Colombia la importación de Confecciones o prenda de Vestir está muy restringida; por lo que no se ha visto una alta introducción de este tipo de productos. Las confecciones chinas afectan a las empresas que exportan

confecciones a otros países. Es decir CHINA = Competitividad en Precios; sin embargo tenemos una ventaja y es que somos competitivos en Precio (No tanto como los chinos) Trabajamos una excelente Calidad, Somos flexibles en los pedidos (China establece pedidos mínimos para garantizar bajo precio)

Entendiendo que una gran cantidad de empresas de confección tienen un buen producto para exportar y no lo hacen, ¿cree usted que esto es debido más al temor de enfrentar mercados desconocidos o por la falta de infraestructura y apoyo gubernamental, o existen otras razones?

Es una combinación de varias cosas.

- Desconocimiento del Mercado
- Desconocimiento de Legislación extranjera
- No tiene los contactos a quien vender en el exterior
- Una normatividad Colombiana excesivamente rígida
- Problemas de Conectividad e infraestructura

¿De qué manera una pyme sin experiencia exportadora podría incursionar en nuevos mercados sin que el tema cambiario las afecte mucho (consejos, trucos ó ayudas)?

Es imposible que una Pyme no corra este riesgo, el sistema de Cambios en Colombia no es estático

Hay 2 Trucos

1. Utilizar coberturas cambiarias
2. Cotizar con un dólar muy bajo.

¿Está de acuerdo en que el desarrollo del país está cifrado más en las pymes que en las grandes industrias?

Si, en realidad las MIPYMES son la base empresarial más importante de una región como la nuestra. Solo en Medellín más del 95% de las empresas son comerciantes y Microempresas. Es decir son las grades generadoras de empleo.

Yo podría agregar que el desarrollo de un país se debe medir por el volumen de sus exportaciones no en el número de empresas que una región posea.

Argos y Leonisa, entre otras, son grandes empresas que tienen su departamento de comercio internacional y para las cuales hacer un ejercicio exportador es relativamente fácil, además cuentan con el apoyo de proexport .Para una pyme que tenga un buen producto y que haya identificado buenas oportunidades en el exterior:

- a. que recomendaciones le daría a estas empresas para iniciar su ejercicio exportador.

La recomendación inicial es preparación y más preparación. Las empresas son muy “Olímpicas” y creen que vender en el exterior es relativamente fácil. Las empresas de hoy DEBEN por obligación pensar globalmente.

Existen programas de Fortalecimiento empresarial en la ciudad donde apoyan a empresarios en su Inicio Exportador. Que apoyan de manera gratuita a empresarios en:

1. Formación Exportadora
2. Asesoría personalizada en Tramites de Comercio Exterior
3. Formulación de Plan Exportador
4. Apoyo económico para Participar en Misiones Comerciales Internacionales

También la Cámara de Comercio tiene centros de Orientación a los exportadores y servicios que complementarios como:

1. Misiones Comerciales Internacionales

2. Información, informes de mercados Internacionales
3. Asistencia en Trámites de Comercio Exterior
4. Formación especializada

Como puede proexport acompañar a estas empresas, que tipo de financiamiento pueden buscar y con cuales entidades.

Como los apoya en Asesoría: Con el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior Zeiky

En términos de financiación es con

- Stand EN Ferias Internacionales
- Tiquetes aéreos
- Participación En Macroruedas de Negocios

### **ENTREVISTA 3- ANA MARÍA SÁNCHEZ DIRECTORA DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO INEXMODA**

¿Es válida la afirmación de que Medellín es cuna de las confecciones y la moda en Colombia?

De hecho de las más grandes textileras y confeccionistas de Colombia nacieron en Medellín como son Coltejer, Fabricato, Everfit, Leonisa, textileras y confeccionistas, de hecho Leonisa en este momento es una de las empresas más internacionales de Colombia y que tiene una marca más posicionada en el país.

Los paisas hemos crecido mirando a Coltejer y tal vez pensando que representa un icono de la fuerza textil de Medellín y del país. ¿Todavía somos fuertes en textiles y tiene el sector textil colombiano la capacidad de suplir la demanda, o por el contrario es saludable para las empresas de confección, importar telas?



No se puede decir si es saludable o no pero las cifras demuestran que las importaciones han incrementado más del 60% en los últimos años entonces es una realidad que la industria textil colombiana no dé a basto y los precios no son tan competitivos lo que genera que las empresas recurran a las compras en el exterior para abastecerse del producto.

¿Cómo afecta a las pymes del sector textil-confección, la entrada de las confecciones de la china?

No podemos generalizar las pymes, que aunque tienen unas características muy definidas en términos de tecnología innovación de producción, hay dos tipos de pymes las que innovan y las que generan valor y las que se quedan con el mismo producto de consumo masivo, para las que generan producto de consumo masivo las importaciones de china constituyen una gran amenaza, pero para las pymes que se enfocan en producto de valor agregado, en innovación, los productos que vienen de china no logran llenar esta demanda de productos sofisticados, diferenciados, ya que es muy claro que china tiene una gran capacidad de producción pero estas características de valor agregado de calidad y diseño no la tiene.

Entonces existen estas dos realidades para las empresas que se centran en el consumo masivo y las empresas que sacan un producto diferenciado.

Entendiendo que una gran cantidad de empresas de confección tienen un buen producto para exportar y no lo hacen, ¿cree usted que esto es debido más al temor de enfrentar mercados desconocidos o por la falta de infraestructura y apoyo gubernamental, o existen otras razones?

Hay una cosa muy importante, no sé si es temor o es facilidad pero las pymes no se están enfocando en mercados externos ya que hay algunos mercados externos que tienen unas exigencias mucho más altas, por ejemplo hasta el 2009 el sector textil confecciones estuvo muy concentrado en Venezuela y por la crisis diplomática se cayeron las exportaciones a este destino, muchas empresas del sector se vieron afectadas y eso probablemente llevo a que muchas empresas desistieran de estos mercados externos entonces es en parte el riesgo, el desconocimiento de estos mercados externos y también influye las condiciones de infraestructura pero más que las condiciones de infraestructura puede ser la decisión de llegar a mercados externos.

¿De qué manera una pyme sin experiencia exportadora podría incursionar en nuevos mercados sin que el tema cambiario las afecte mucho (consejos, trucos ó ayudas)?

Lo que pasa es que el proceso de incursionar en el mercado internacional no es tan corto entonces lo que pasa es que primero deben mirar si su producto es competitivo y a qué mercado quieren llegar porque todos los mercados tienen condiciones diferentes, entonces empezar a identificar su producto que oportunidades tiene en los otros mercados, proexport ofrece capacitación en todo el proceso de comercio exterior entonces empezar a investigar y acudir a estas entidades que ofrecen esta asesoría y ya cuando este realmente listo para entrar al mercado ahí si entrar con todas las condiciones que se requiere para hacerlo y no aventurarse y de pronto arriesgar capital.

El tema cambiario se puede manejar con coberturas cambiarias para que no afecte mucho a los primeros exportadores, existen las coberturas naturales donde las empresas que importan y exportan compensan ese riesgo ya que lo que

pueden perder por una exportación lo pueden haber ganado con la importación de materias primas.

¿Está de acuerdo en que el desarrollo del país está cifrado más en las pymes que en las grandes industrias?

La realidad es que en los países del mundo está cambiando la composición empresarial donde el gran porcentaje de las empresas son pymes entonces son las que realmente tienen la mayor participación dentro del total, las que tienen mayor capacidad de generar empleo, las que pueden adaptarse más rápidamente a los cambios, pero también tienen unas cosas negativas ya que son más vulnerables a las crisis que se puedan generar, en específico este sector de confecciones tiene un gran porcentaje de pymes en su estructura empresarial, en el sector textil confecciones en Colombia más del 90% son pymes, entonces es una realidad y es una opción que se debe tener en cuenta para potenciar el desarrollo del sector.

1. Argos y Leonisa, entre otras, son grandes empresas que tienen su departamento de comercio internacional y para las cuales hacer un ejercicio exportador es relativamente fácil, además cuentan con el apoyo de proexport .Para una pyme que tenga un buen producto y que haya identificado buenas oportunidades en el exterior:
  - b. que recomendaciones le daría a estas empresas para iniciar su ejercicio exportador.

Lo importante es que se asesoren bien, no meterse en el proceso de comercio exterior sin información, que se asesoren de proexport o de agencias, comercializadoras internacionales, que recurran a las herramientas que están disponibles en el medio para esto.

- c. entendiendo que proexport es más una fuente de consulta y de acompañamiento a empresas con vocación exportadora, ¿existe otra entidad que se ocupe más al detalle de estas pymes y que les haga un acompañamiento completo en el proceso de exportación?

Hay empresas que ofrecen estos servicios, pero que más que proexport que es el que conoce y ya proexport mirara si necesita una asesoría más personalizada, proexport tiene unos programas que se llaman SEIKY que es el programa de apoyo al exportador.

**ENTREVISTA 4- WILMAN ROJO ZAPATA PROFESOR  
LEGISLACIÓN ADUANERA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN,  
ABOGADO, DIRECTOR OFICINA DE INSTRUMENTOS PÚBLICOS**

¿Es válida la afirmación de que Medellín es cuna de las confecciones y la moda en Colombia?

La afirmación es relativa, en las décadas del 80 y 90 Medellín era la cuna textil de Colombia, hoy podríamos decir que Medellín es el centro del diseño y la moda en Colombia, ya no tanto textil, porque la empresa textil sobretodo en Antioquia ha ido desapareciendo lentamente frente a las importaciones de textiles, que

producirlos en otros países sale más favorable, la importación de algodón cada día es mayor.

Los paisas hemos crecido mirando a Coltejer y tal vez pensando que representa un icono de la fuerza textil de Medellín y del país. ¿Todavía somos fuertes en textiles y tiene el sector textil colombiano la capacidad de suplir la demanda, o por el contrario es saludable para las empresas de confección, importar telas?

Coltejer es una de las empresas que le ha tocado competir en un mundo globalizado, hoy Coltejer es un icono pero no supe la demanda nacional y ni aun la local, tenemos que acudir a las importaciones de textiles, Medellín es hoy un icono pero del diseño del valor agregado a esa tela, Medellín no podrá seguir sosteniendo históricamente que es productor de textiles, porque en este mundo globalizado producir en Colombia ha sido más costoso que producir en Asia, entonces lo que están haciendo los empresarios es importar textiles y darle un valor agregado.

¿Cómo afecta a las pymes del sector textil-confección, la entrada de las confecciones de la china?

Los afecta gravemente porque producir en la china es más barato, en la china hay subsidios, el salario en la china es muy bajo, hay mucha oferta laboral lo que implica que los trabajos, la flexibilidad laboral es más amplia. Aun hoy no se importa ni siquiera la tela de la china sino que se importa la confección de la china, las grandes empresas de la confección en nuestro medio, por ejemplo Tennis, su confección es de la china, ellos mandan el diseño vía internet y ya traen el diseño listo de la china.

Entendiendo que una gran cantidad de empresas de confección tienen un buen producto para exportar y no lo hacen, ¿cree usted que esto es debido más al temor de enfrentar mercados desconocidos o por la falta de infraestructura y apoyo gubernamental, o existen otras razones?

Es más el tema cultural, las empresas de confecciones nuestras están produciendo lo que históricamente han producido, es decir, la misma camiseta para un público latino, un público colombiano, no sucede lo mismo cuando se explora y se hace un buen estudio de mercado, donde se da cuenta que lo que se está produciendo es lo que el mundo está demandando, entonces las pymes no se lanzan al ruedo no es porque tengan miedo sino porque les falta capacidad de auscultar si su producto es competitivo en el medio, hoy en día existen recursos para hacer un estudio de mercados, la cámara de comercio, el Seiky, la misma página de proexport es muy amable para encontrar esta información, quien es su competencia en determinado país y usted que pretende exportar, lo duro en las exportaciones para las pymes y para las empresas grandes es que exportamos lo que producimos y hoy hay que exportar lo que el mundo demanda.

2. ¿De qué manera una pyme sin experiencia exportadora podría incursionar en nuevos mercados sin que el tema cambiario las afecte mucho (consejos, trucos ó ayudas)?

Lo primero es hacer un buen estudio de mercados y en el tema cambiario, el estudio de mercado va a arrojar algo que es importante y es: como me van a pagar, si en el país aceptan las cartas de crédito donde el banco respalde la obligación, si mi producto esta cobijado por un tratado de libre comercio, y el origen de mi producto para temas de tratados de libre comercio.

3. ¿Está de acuerdo en que el desarrollo del país está cifrado más en las pymes que en las grandes industrias?

Claro, en Colombia las pymes son un volumen muy grande, lo que pasa es que no se observa una política estatal de apoyo efectivo a las pymes, es decir, debiese existir un ministerio para la pequeña y la mediana empresa, observamos que el 70% de las exportaciones a los Estados Unidos las realizan 15 o 20 empresas grandes.

4. Argos y Leonisa, entre otras, son grandes empresas que tienen su departamento de comercio internacional y para las cuales hacer un ejercicio exportador es relativamente fácil, además cuentan con el apoyo de proexport .Para una pyme que tenga un buen producto y que haya identificado buenas oportunidades en el exterior:
  - d. que recomendaciones le daría a estas empresas para iniciar su ejercicio exportador.

Aquí existió en algún momento el plan padrino, donde una empresa grande, por ejemplo si usted hace confecciones y Leonisa le puede dar la mano indicándole como es el mercado en México, como lo puede orientar, que lo apadrine y lo lleve hasta consolidar un mercado, sería una buena estrategia, pero igual no sé si aún está vigente el plan padrino, igualmente si se tiene un producto bien posicionado, lo que hay que conocer es el cliente en el exterior, no se puede intentar posicionar un producto porque se cree que es bueno acá, puede que no sea bueno en Chile por ejemplo. Pero lo más importante es informarse muy bien y rodearse muy bien de los que conocen, una buena agencia de aduanas.

- e. entendiendo que proexport es más una fuente de consulta y de acompañamiento a empresas con vocación exportadora, ¿existe otra

entidad que se ocupe más al detalle de estas pymes y que les haga un acompañamiento completo en el proceso de exportación?

Lo que se, es que la cámara de comercio tiene un capítulo que se dedica a acompañar a las pequeñas y medianas empresas que exportan, entonces los invitan a misiones comerciales. Yo creo que lo que falta es el músculo financiero del estado, en Bancoldex hay préstamos y hay políticas para los empresarios grandes, debería también haber un apalancamiento para los pequeños empresarios.





ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA

ACTA DE EVALUACIÓN FINAL DE TRABAJO DE GRADO

Fecha: (dd/mm/aa)	22/11/2012						
Nombre del proyecto:	Posibilidades de exportación a Guatemala para las PYMES confeccionistas del valle de Aburrá						
Director del proyecto:	Alexa Carolina Agudelo						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre del estudiante</th> <th>Programa académico</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Luis Felipe Giraldo Jaramillo</td> <td>Ingeniería Administrativa</td> </tr> <tr> <td>Laura López Herrera</td> <td>Ingeniería Administrativa</td> </tr> </tbody> </table>		Nombre del estudiante	Programa académico	Luis Felipe Giraldo Jaramillo	Ingeniería Administrativa	Laura López Herrera	Ingeniería Administrativa
Nombre del estudiante	Programa académico						
Luis Felipe Giraldo Jaramillo	Ingeniería Administrativa						
Laura López Herrera	Ingeniería Administrativa						
Nombre del Jurado:	Elmer Escobar Ramirez						
Evaluación del proyecto: Espacio exclusivo para jurado							
<input type="checkbox"/> No aprobado <input checked="" type="checkbox"/> Aprobado sin mención <input type="checkbox"/> con Mención Pública <input type="checkbox"/> con Mención honorífica <input type="checkbox"/> Trabajo laureado							
<p><b>Justificación del reconocimiento:</b> (Artículo 28 del Acuerdo 11: "El director del Programa presentará el acta final de evaluación al Consejo Académico, donde consta la solicitud de mención especial debidamente justificada y el Consejo determinará si se otorga o no"). La justificación debe tener mínimo 500 palabras.</p>							

\_\_\_\_\_  
 JORGE ESTEBAN MESÍAS HOYOS  
 Director del Programa

\_\_\_\_\_  
 ALEXA CAROLINA AGUDELO CORREA  
 Director del Trabajo de Grado

\_\_\_\_\_  
 ELMER ESCOBAR RAMÍREZ  
 Jurado (Si lo hubo)

\_\_\_\_\_  
 Jurado (Si lo hubo)