

**RETOS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES EN TERMINOS DE
COMPETITIVIDAD PARA EL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN DESDE LA
PERSPECTIVA DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y
LA UNIÓN EUROPEA**



Autores: CAMILA ANDREA CAICEDO PEREIRA

NATALIA SARZOSA MORENO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMPETITIVIDAD Y REDES DE VALOR CRV

Tutor: FLOR AMPARO MEDINA CHAMORRO

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BOGOTÁ, COLOMBIA

2021

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por darnos fuerzas de lograr terminar un trabajo con mucha dedicación y por ponernos las personas indicadas que nos guiaron en la elaboración de nuestro trabajo.

Agradecemos a nuestra familia y amigos que nos apoyaron en la consecución de nuestras metas, de ser un ejemplo de siempre luchar por lo que más queremos lograr.

De igual manera, nuestros agradecimientos a la Universidad Piloto de Colombia, a toda la Facultad de Negocios Internacionales, a nuestros profesores en especial a Amparo Medina por sus valores, conocimientos y enseñanza que nos dedicó durante todo este tiempo para vernos crecer como profesionales; les agradecemos por su paciencia, apoyo y amistad a lo largo de nuestra carrera.

RESUMEN

Colombia se ha posicionado como el primer exportador de confecciones en tejido plano en Suramérica en productos como sostenes, jeans, fajas y ropa de control. La industria de la moda colombiana representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas. En 2019, las ventas de prendas de vestir y calzado en el país, alcanzaron un valor de USD 8 mil millones y más de 1.200 empresas colombianas de esta industria exportaron sus prendas a más de 100 países.

De este modo, el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea constituye un paso significativo para alcanzar una mayor internacionalización de la economía colombiana lo cual es un requisito fundamental para lograr un mayor crecimiento económico. Por esta razón, a partir de la entrada en vigencia de este TLC, Colombia ha gozado de múltiples beneficios arancelarios en el segundo mercado más importante del mundo.

En ese orden de ideas, la presente investigación abordara que tan competitivo es el sector textil y de confecciones, y determinara cuáles son los principales retos y oportunidades que tiene actualmente el sector para provechar el TCL con la Unión Europea.

PALABRAS CLAVE

Sector Textil, Competitividad, Unión Europea, Tratado De Libre Comercio, Internacionalización.

ABSTRACT

Colombia has positioned itself as the leading exporter of flat knit clothing in South America in products such as bras, jeans, girdles and control clothing. The Colombian fashion industry represents 9.4% of the total industrial GDP and employs around 600 thousand people. In 2019, sales of clothing and footwear in the country reached a value of USD 8 billion and more than 1,200 Colombian companies in this industry exported their garments to more than 100 countries.

In this way, the Free Trade Agreement with the European Union constitutes a significant step to achieve a greater internationalization of the Colombian economy, which is a fundamental requirement to achieve greater economic growth. For this reason, since the entry into force of this FTA, Colombia has enjoyed multiple tariff benefits in the second most important market in the world.

In that order of ideas, this research will approach how competitive the textile and clothing sector is, and will determine what are the main challenges and opportunities that the sector currently has to take advantage of the TCL with the European Union.

KEY WORDS

Clothing Industry, Competitiveness, European Union, Free Trade Agreement, internationalization.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
JUSTIFICACIÓN	5
HIPÓTESIS	7
OBJETIVOS.....	9
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECIFICOS	9
METODOLOGÍA	10
Metodología propuesta para desarrollar los objetivos específicos	12
REVISIÓN DE LITERATURA	13
MARCO TEORICO	15
Teoría de la competitividad	15
Globalización económica	18
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES Y PANORAMA ACTUAL DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN EN COLOMBIA.....	26
Antecedentes Sector Textil En Colombia	26
Actualidad del Sector Textil En Colombia	34
Principales ciudades textileras.....	36
Manufacturas Eliot S.A.S.....	41
Internacional de Distribuciones de Vestuario de Moda S.A	42
Crystal S.A.S.....	42
STF Group S.A	43
Permoda LTDA.....	44
COMERCIO INTERNACIONAL EN EL SECTOR TEXTIL	46
Principales países origen de importaciones de textil y materias primas.....	46
Principales países exportadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	47

Principales países importadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	48
Lista de los mercados importadores para productos exportados por Colombia	49
Países pertenecientes a la U.E. a donde más exportó Colombia en los últimos 5 años (Capítulo 61).....	51
Lista de los productos exportados por Colombia.....	52
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DEL MERCADO EUROPEO	54
TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA- UNIÓN EUROPEA	54
Suscripción del tratado	54
Antecedentes Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).....	55
Aspectos que permite el TLC	55
COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA Y LA UNIÓN EUROPEA	56
BALANZA COMERCIAL COLOMBIA-UNIÓN EUROPEA	57
Principales exportadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea.....	59
Principales importadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea.....	60
PRINCIPALES BENEFICIOS DEL TRATADO CON COLOMBIA EN EL SECTOR	
TEXTIL	62
Requisitos específicos de origen.....	62
Marcado y Etiquetado	63
Relación comercial entre la Unión Europea y Asia	65
COMERCIO EXTERIOR EN LA UNIÓN EUROPEA.....	67
Principales socios comerciales de la Unión Europea.....	67
SECTOR TEXTIL EN LA UNIÓN EUROPEA	69
Principales empresas Sector Textil-Confección	69
Principales consumidores de textiles en el mercado europeo	70
Fast Fashion	71
Moda Sostenible.....	72

EMPRESAS COLOMBIANAS DEL SECTOR TEXTIL EN EL MERCADO EUROPEO	73
CRYSTAL S.A.S	73
SUPERTEXT S.A	75
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL GIRDLE & LINGERIE	77
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL EL GLOBO S.A.S.	78
LUJANES 21 S.A.S	80
CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO EUROPEO.....	82
Barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado europeo de productos textiles	82
Barreras No Arancelarias	83
CAPITULO 3: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA	87
.....	87
12 Pilares de la Competitividad Foro Económico Mundial	87
Resultados Índice Competitividad Global 2019	89
Resultados Colombia - Índice Competitividad Global 2019.....	89
12 PILARES DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TEXTIL DE COLOMBIA	91
Entorno institucional	91
Infraestructura	93
Salud y educación primaria	95
Educación social y especializada.....	97
Eficiencia del mercado laboral	98
Desarrollo en el mercado financiero.....	102
Adopción de la tecnología.....	103
Tamaño del mercado	105
Sofisticación de los negocios.....	107
Innovación.....	108
MATRIZ DOFA: (DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS)	111
.....	111
MATRIZ DOFA	112

DEBILIDADES	112
OPORTUNIDADES	114
FORTALEZAS	115
AMENAZAS	116
CAPITULO 4: Estrategias en el sector de confecciones para aprovechar el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Unión Europea	120
Marketing digital.....	120
Responsabilidad Social Empresarial.....	121
Proceso logístico	123
Infraestructura	124
Macro Ruedas De Negocios	125
Atracción de inversión	125
Clúster nacionales	125
CONCLUSIONES.....	127
RECOMENDACIONES.....	129
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	130

LISTA DE TABLAS Y GRÁFICAS

Ilustración 1	37
Principales ciudades productoras de textiles y confecciones Colombia 2019	37
Tabla 1	39
Principales empresas importadoras de textiles y materias primas en 2019	39
Ilustración 2	40
Principales empresas exportadoras en el sector textil	40
Tabla 2	45
Principales empresas exportadoras de textiles y materias primas en 2019	45
Ilustración 3	46
Principales países origen de importaciones de textil y materias primas 2019	46
Ilustración 4	47
Principales países exportadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto 2015-2019 USD	47
Ilustración 5	48
Principales países importadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto 2015-2019 USD	48
Ilustración 6	49
Lista de los mercados importadores para productos exportados por Colombia	49
Ilustración 7	51
Países pertenecientes a la U.E. a donde más exportó Colombia en los últimos 5 años	51
Tabla 3	52
Lista de los productos exportados por Colombia (Capítulo 61)	52
Ilustración 8	56
COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA Y LA UNIÓN EUROPEA	56
Ilustración 9	57
BALANZA COMERCIAL COLOMBIA-UNIÓN EUROPEA	57
Ilustración 10	59
Principales exportadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea	59
Ilustración 11	60
Principales importadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea	60
Tabla 4	67

Principales socios comerciales de la Unión Europea — Comercio de bienes en 2019 (millones EUR)	67
Ilustración 12	73
Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)	73
Ilustración 13	75
Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)	75
Ilustración 14	77
Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)	77
Ilustración 15	78
Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)	78
Ilustración 16	80
Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)	80
Ilustración 17	88
12 Pilares de la Competitividad	88
Ilustración 18	90
Resultados World Economic Forum 2019	90
Ilustración 19	111
Matriz DOFA	111

INTRODUCCIÓN

La competitividad es un factor importante en el sector textil y principalmente, en tiempos de apertura económica y liberalización del mercado mundial. En este escenario, el sector textil, es uno de mayor crecimiento en el comercio internacional, y es por ese motivo que este sector debe desarrollar estrategias que le permitan fortalecerse y enfrentar una economía en situación de globalización.

De este modo, el sector textil-confecciones es uno de los pilares claves y con mayor participación en el Producto Interno Bruto de Colombia. El sector textil ha sido uno de los sectores de mayor tradición y reconocimiento en la economía nacional, en especial por la producción, la internacionalización y el desarrollo económico del país. Importantes empresas del sector entre las que se encuentran Coltejer, Fabricato, Leonisa entre otras. Fueron compañías pioneras y lideraron el desarrollo industrial del país, lo cual ha permitido ser un mercado estratégico y se ha posicionado como destino para la atracción de capitales extranjeros. Este comportamiento ha sido el fruto del buen desempeño de los sectores industriales, dentro de estos se destaca el de textiles que se ha venido posicionando cada vez más en los mercados internacionales, caracterizado por sus mejoras en innovación y especialización, destacando la alta calidad de la costura nacional; además de la eficiencia y rapidez en los procesos de producción, despacho y entrega de mercancías.

En ese orden de ideas, la presente investigación tiene como objetivo identificar qué factores de competitividad debe mejorar el sector textil-confecciones para poder aprovechar el Tratado de Libre Comercio de Colombia con la Unión Europea.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea constituye un paso significativo para alcanzar una mayor internacionalización de la economía colombiana lo cual es un requisito fundamental para lograr un mayor crecimiento económico. Colombia es uno de los países más cerrados de América Latina: actualmente la economía colombiana no está entre las diez más abiertas de la región. Esta situación limita el crecimiento del país, pues las economías que más han crecido en las últimas décadas han aprovechado el dinamismo del comercio internacional, (Reina & Oviedo, 2011).

De este modo, Krugman, Wells & Graddy (2016) firman que la globalización es el fenómeno del crecimiento de los vínculos económicos entre países”, estos recurren a vincularse entre sí generando una participación ineludible en el escenario de comercio exterior, puesto que una nación que no ejerce con dinamismo en este campo, hace que la proporción de bienes en el mercado no sea suficiente para ser competitiva. Por tal razón se recurre a la integración mediante relaciones comerciales, sean estas entre países o bloques

económicos para promover el comercio; tal y como lo han hecho Ecuador y Colombia, partiendo de la Comunidad Andina para lograr acuerdos comerciales importantes.

En ese orden de ideas, a industria textil es uno de mayor desarrollo en el mercado internacional. El sector textil colombiano, pese a ser uno de los de mayor crecimiento en las exportaciones colombianas, ha tenido un periodo de crisis, que se debe principalmente a la falta de preparación para asumir los retos de la apertura económica, es por ello que el sistema productivo textil debe desarrollar permanentemente políticas que apunten al aumento de su competitividad para mantenerse en el escenario internacional, (Campos Tavera, EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: ¿COMO SER MÁS COMPETITIVOS?, 2014).

En Colombia, el sector textil y de confecciones ha sido una industria fundamental para la economía colombiana, por ser uno de los mayor crecimiento en el exterior; para el año 2019, esta industria ha representado más del 3 % del total del PIB, es por ello que se espera que este sector siga en proceso de expansión. La industria textil es uno de los sectores que tienen un potencial exportador importante en la economía colombiana. Este crecimiento se debe principalmente por el acceso a nuevos mercados, y por el apoyo por parte del Estado a la industria por medio de mecanismos como las alianzas público-privada, que tiene como objetivo fomentar la productividad y competitividad de aquellos sectores que presentan un elevado potencial exportador fortaleciendo los acuerdos comerciales existentes.

Durante la década del 2000, las exportaciones de textiles han estado en proceso de consolidación, principalmente con Estados Unidos, y la Unión Europea, aumentando el potencial de conseguir nuevos socios y clientes. El potencial de desarrollar nuevos nichos de mercados como es el caso de los textiles y confecciones es amplia, por los beneficios arancelarios que aportan estos acuerdos comerciales como es el caso de los TLC. Es por este motivo que existen importantes retos para el sector, como el desarrollo de nuevos procesos logísticos, reducción de los costos de producción, mejorar la innovación tecnológica entre otras condiciones para llevar al exterior productos competitivos. De este modo, que la mayoría de los tratados firmados por Colombia con otros países, contienen preferencias arancelarias que permiten ventajas para la entrada de textiles a otros países.

Campos Tavera (2014) afirma que existen varias discusiones acerca del cómo lograr desarrollar y estabilizar este sector, por un lado, para algunos expertos es necesario fortalecer la competitividad mediante una política proteccionista del sector fundamentada en: aumentar de la inversión por parte del estado, apoyo por parte del sistema financiero, un control sobre las mercancías importadas. Esto quiere decir, que el Estado tiene un papel fundamental para fortalecer la industria mediante subsidios y el cobro de aranceles. Por otro lado, se pueden implementar estrategias enfocadas en aumentar la competitividad del sector textil- confecciones como lo son: capacidad instalada, capacidad tecnológica, innovación, infraestructura, capacitación y educación, cadena de valor. Estos factores ayudarán a fortalecer e impulsar la competitividad que tiene este sector clave en la economía colombiana, (Campos Tavera, EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: ¿COMO SER MÁS COMPETITIVOS?, 2014).

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué factores de competitividad debe mejorar el sector textil-confecciones para poder aprovechar el Tratado de Libre Comercio de Colombia con la Unión Europea?

JUSTIFICACIÓN

En Colombia, el sector textil y de confecciones es una industria con gran importancia para la economía colombiana, no solo por el desarrollo económico que puede generar sino por el impacto que tiene como fuente generadora de empleo. En 2018, el sector textil, confecciones, calzado y marroquinería tuvo una participación en el PIB industrial de 10.2%, con productos como mientras que en 2017 la participación era del 10.4% (Inexmoda, 2019). Aunque el crecimiento de la industria los últimos años ha sido bastante positivo y tiene un potencial exportador para la economía colombiana, siguen apareciendo limitantes que afectan la producción nacional como las importaciones, no obstante, se encuentran algunos problemas como el costo de la materia prima, falta de demanda y la tasa de cambio.

En efecto, en este sector se manifiesta que su crecimiento se ha visto limitado por factores como: la remuneración regular de la mano de obra, que influye en las cantidades y volúmenes en la elaboración de prendas, que trae como consecuencia compras a países como Vietnam o Indonesia (Figuroa Ferro & Remeberg Castro, 2017). También, en la página de la cámara de comercio de Bogotá mencionan que este sector se ha visto afectado por el contrabando y las importaciones asiáticas, que además llegan en grandes cantidades,

originarias de China, Pakistán e India a precios muy bajos, lo que hace difícil para los empresarios o fabricantes colombianos el igualar esos precios bajos, lo cual generaría una caída del mercado local.

Asimismo, países como Estados Unidos, Ecuador, México, Venezuela y Perú son los principales destinos latinoamericanos para las prendas de vestir como jeans principalmente importados por Estados Unidos, cueros e hilados, por su parte, Brasil es el principal destino de hilados colombianos, representando el 28% del total de exportaciones en esta categoría (Procolombia, 2014). Por lo tanto, así como Colombia es un importante socio comercial en textiles para los países mencionados, se espera potencializar aún más las exportaciones de este sector a la Unión Europea, gracias al TLC que tiene con Colombia en el sector de textiles y confecciones logró obtener flexibilidades para la importación de hilados de nylon o poliéster e hilados cubiertos de seda u otro material de terceros países, asimismo, de acuerdo a las proyecciones de la Comisión Europea se espera un crecimiento de esta industria del 7,2% . (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013)

En este sentido, aún existen importantes retos para el sector, como el desarrollo de nuevos procesos logísticos, reducción de los costos de producción, mejorar la innovación tecnológica entre otras condiciones para llevar al exterior productos competitivos (Tavera, 2014). Es por ello, que con la firma de Acuerdos comerciales que hace Colombia con otros países se fortalezca este sector textil-confecciones, la economía y la producción nacional gracias a beneficios arancelarios de los TLC.

En este orden de ideas, el presente proyecto de investigación tiene como propósito analizar los retos y oportunidades comerciales para el sector textil-confecciones desde la perspectiva del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Unión Europea. Por lo tanto, se hará un recorrido en los antecedentes del sector y como se encuentra actualmente, asimismo, se hará un análisis del mercado europeo con respecto a este sector y sus relaciones con Asia.

HIPÓTESIS

El sector textil-confecciones en Colombia tiene algunas deficiencias, las cuales necesitan ser mejoradas para que sea más competitivo a nivel internacional. Cabe resaltar, que las Pymes del sector textil-confecciones tienen una baja competitividad frente al mismo sector de China, pues estos últimos están desarrollando innovaciones que les permiten procesos más eficientes y productos de toda calidad (Castro Mina & Puerto Ramírez, 2016). Por lo tanto, China es uno de los principales obstáculos para este sector debido a sus bajos precios en el mercado, los cuales afectan en gran medida la producción nacional.

Asimismo, este sector la última década ha presentado un decrecimiento constante donde el desempleo llegó al 12,8% en febrero del 2019, debido en gran medida a la importación de textiles y prendas de vestir de los países asiáticos, del contrabando y de la falta de Innovación (Janeth Mazo, Pulgarin Rondón, & Montoya Cano, 2020). De este modo, los empresarios del sector textil-confecciones tienen que asumir los retos y empezar a plantear estrategias que les permita ser más competitivos con ayuda del gobierno

igualmente, en cuanto a infraestructura, tecnología o políticas que protejan la industria nacional.

En este orden de ideas, un factor a mejorar inicialmente es la infraestructura en Colombia, no obstante, según el último Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (FEM) reveló que Colombia mejoró en 10 de los 12 indicadores que evalúa el organismo, permitiéndole subir tres casillas en el ranking que comprende 141 economías en total (Bedoya, 2019) . De los 12 pilares que presenta este índice de competitividad, en el pilar de infraestructura, Colombia pasó de la casilla 83 a la 81, subiendo dos puestos en el ranking, además, el puntaje que sacó en este pilar fue 81, uno de los mejores para el país menciona el autor en el periodo de la República. De esta manera, Colombia si ha ido mejorando, pero se necesita más desarrollo de este pilar para que los costos de transporte disminuyan y no afecten directamente los costos de materias primas o las mercancías.

También, otro pilar en el que destaco fue en la adopción de las tecnologías de la información y comunicaciones, ya que pasó de la casilla 84 a la 87, subiendo tres puestos (Bedoya, 2019) . Aunque Colombia está logrando ser competitivo cada vez más, aún le falta innovación e implementación de las tecnologías para lograr ser competente con economías como la de China. Por lo tanto. La tecnología es un factor importante para mejorar los procesos productivos de las empresas textilerías y de confecciones.

Finalmente, para lograr el fortalecimiento del sector textil-confecciones en Colombia, sería que el precio del arancel de las importaciones no sea tan bajo, ya que esto afecta la industria nacional y el posible cierre de empresas dedicadas a la exportación, las cuales decidan dedicarse a la importación (Alzate Gómez, Hernández Pérez, & Ramírez Gómez, 2013).

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Analizar los retos y oportunidades comerciales en términos de competitividad para el Sector Textil-Confección desde la perspectiva del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Unión Europea.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el panorama actual y los antecedentes del sector textil y confección en Colombia.
- Describir el mercado europeo y las condiciones de entrada para productos textiles.
- Realizar un diagnóstico estratégico del sector textil y confecciones desde el punto de vista de los factores de competitividad en Colombia.
- Determinar las estrategias que se deben implementar en el sector textil y confecciones para aprovechar el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Unión Europea.

METODOLOGÍA

El enfoque de esta investigación es de tipo descriptivo – mixto (cualitativo-cuantitativo). Se utiliza un método descriptivo, el cual se apoya en datos históricos, actuales, investigaciones previas, datos importantes del sector y TLC Colombia- Unión Europea para comprender mejor el sector textil y de confecciones en Colombia, como también su importancia en la economía del país.

Asimismo, la metodología de investigación se fundamentó en el mix cualitativo-cuantitativo, en donde estos dos enfoques examinan diferentes variables que den solución al problema de la investigación por medio de bases de datos académicas, documentos de las entidades gubernamentales asociadas al sector textil y de confecciones, papers, los cuales permitan la realización de un análisis para conocer el mercado europeo a profundidad, sus relaciones comerciales especialmente con Asia y a que obstáculos se enfrentan las empresas colombianas de este sector.

Por otra parte, el Índice Global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial (FEM), el cual mide la capacidad que tiene un país de generar oportunidades de desarrollo económico a los ciudadanos, este mide los 12 factores que impulsan la productividad y proporcionan las condiciones para el progreso social y la agenda de desarrollo sostenible (Sistema Nacional de Competitividad e Innovación, 2018). Por lo tanto, se analizarán los 12 pilares de competitividad del Foro Económico Mundial en el sector textil-confecciones permitiéndonos conocer que factores debería mejorar.

Asimismo, se realizará un diagnóstico a través de la matriz DOFA, en la cual se identificarán las fortalezas, las oportunidades, las debilidades, y las amenazas del sector textil-confecciones dando a conocer características internas y los riesgos externos que podría enfrentar este sector analizando el cómo ha ido cambiando la industria y que oportunidades tiene el sector a futuro. De este modo, se plantearán estrategias de internacionalización para que las empresas logren tomar mejores decisiones, las cuales permitan el mejoramiento de la industria, que los productos del sector se fortalezcan y que sean más competitivos en el exterior.

En este sentido, toda esta información aportará hallazgos, los cuales sirvan como punto de partida para futuras investigaciones que pretendan materializar las oportunidades analizadas en el presente estudio en el marco del TLC entre Colombia y Unión Europea a través de estudios previos. Asimismo, se podrán realizar análisis comparativos que aporten a la implementación de estrategias a nivel regional y nacional para promover la competitividad de las empresas en los mercados globales.

Metodología propuesta para desarrollar los objetivos específicos

1. Para la recolección de información se utilizarán bases de datos, el TLC Colombia-Unión Europea e investigaciones previas por lo que se desarrollara una metodología descriptiva- mixta (cualitativa-cuantitativa)

2. Para analizar las oportunidades y los retos del sector textil-confecciones en Colombia, se realizará un diagnostico a través de los 12 factores de competitividad del Foro Económico Mundial en el sector textil y confecciones.

3. Mediante la realización de un análisis de la matriz DOFA aplicadas al sector textil-confecciones en Colombia, se podrán conocer las principales fortalezas, debilidades y oportunidades que presenta actualmente el sector. De este modo, se podrá plantear estrategias de internacionalización para impulsar y fortalecer los productos del sector de confecciones en Colombia.

En ese orden de ideas, se desarrollara una metodología cualitativa y descriptiva.

REVISIÓN DE LITERATURA

Para realizar un acercamiento teórico y metodológico del tema que se abordara en este proyecto, se recurrió a la investigación bibliográfica para determinar un acercamiento del estado del arte en el cual se encuentra el tema que se analizara.

En ese orden de ideas, López (2018), realizó una investigación su tesis de grado en la cual analizó los factores competitivos del sector textil ecuatoriano y colombiano frente al Acuerdo Multipartes Unión Europea; puesto que, estos países a una misma región, cada uno ha mostrado niveles y tendencias de crecimiento distintos en los últimos 5 años; por lo que, su estudio abordó los 12 pilares de competitividad establecidos por el Foro Económico Mundial, enfocados en analizar la competitividad de las naciones o sectores específicos. Por tal, el documento analizó la problemática existente y determinó la situación actual del sector textil ecuatoriano frente a Colombia en relación al acuerdo, (López Nasamues, 2018).

Asimismo, Cardona & Cárdenas (2018), en su tesis de grado llamada “*Análisis de las exportaciones desde Risaralda hacia la Unión Europea del sector sistema moda subsector textil y confecciones entre los años 2014 - 2018 en el marco del Tratado de Libre Comercio de Colombia con la Unión Europea*” abordaron información acerca de las implicaciones de este tratado en las exportaciones generales de Colombia, y el impacto en el departamento de Risaralda. El trabajo consta de tres objetivos específicos, en el primer objetivo se describen los aspectos generales del tratado, siguiendo con el comercio Bilateral entre Colombia y la Unión Europea, después se describen las exportaciones desde el 2014

hasta el 2018, haciendo un análisis del sucedido en cada año. Y por último, se comenta acerca de la competitividad de Colombia frente a los TLC, las debilidades y fortalezas del mismo frente a los años en vigencia. En segundo lugar, el objetivo número dos pretende caracterizar el sector textil dentro del TLC, y cuál es el compartimiento de este sector en Colombia. Siguiendo a esto, se describirán las exportaciones generales de Risaralda, las exportaciones específicas del sector textil, las exportaciones hacia la Unión Europea. El tercer objetivo permite dar a conocer las oportunidades que tienen algunas de las empresas más representativas del sector Sistema Moda de Risaralda para consolidarse en el mercado de la Unión Europea. Además, manifestar cuál ha sido el desarrollo de este sector en los últimos años y conocer cuál es la realidad empresarial del sector sistema moda en la región, (Cardona & Cardenas, 2018).

Por otro lado, Duarte (2018) abordó en su trabajo de grado llamado ***“Impacto de los Tratados de Libre Comercio en el sector textil confecciones colombiano”*** a través de un análisis de datos cualitativos y cuantitativos del sector textil confecciones, a partir del año 2008 a la actualidad, con el fin de identificar el impacto de los Tratados de Libre Comercio (TLC) abordó en el documento una visión más concreta de la situación actual del sector en Colombia. Por consiguiente, el trabajo analizó variables que influyen en la productividad del mismo, tales como la evolución de las exportaciones e importaciones, balanza comercial, número de empresas constituidas y empleo generado por el sector. Finalmente, se identificó, tratados específicos y su impacto, positivo o negativo, en la industria local. Teniendo en cuenta tanto los antecedentes históricos del sector como de los tratados de libre comercio firmados por el país; y el contraste entre lo pactado en los tratados de libre

comercio y las cifras reales de importaciones y exportaciones para las partidas comprometidas en los mismos, a partir del año 2008 hasta la actualidad, (Duarte Plazas, 2018).

MARCO TEORICO

Teoría de la competitividad

Este concepto ha causado gran controversia entre autores de la Nueva Teoría Económica, en particular de las teorías de organización industrial y por ende hay toda clase de definiciones en la materia que van desde el concepto meramente económico hasta incluir un espectro más amplio y complejo que atiende temas como el socio político, el técnico, el carácter cultural, el desarrollo y el crecimiento económico, el de conservación ambiental, entre otros.

Entre los teóricos que se centran en la firma, se destacan Alic (1987, pág. 5) o Chesnais (1981, pág. 10) quienes definen la competitividad como la oportunidad que presentan las firmas para producir y ofrecer productos o servicios con características diferenciadoras teniendo en cuenta el comportamiento del mercado doméstico y el internacional.

Por su parte Michael Porter, en su libro “La ventaja competitiva de las naciones” (1991) desarrolla las bases de la teoría de la competitividad: Según el citado autor:

La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. (pág. 75)

Como lo explica, parte del éxito de las empresas es debido a que se produce una mejora continua en la innovación y el perfeccionamiento de lo que se produce esto incluye tanto procesos como la implementación de la tecnología y abarca los nuevos productos, los nuevos métodos de producción, las nuevas formas de comercialización, la identificación de nuevos grupos de clientes y otros factores de la producción. (Porter, 1991, pág. 109)

Para el análisis de los factores que determinan la competitividad y por ende para la identificación de las estrategias y tipos de respuestas de las firmas, se tendrá en cuenta, lo sugerido por Porter (1991) en su diamante de competitividad, los cuales según sus hallazgos se influyen mutuamente y en conjunto determinan la ventaja competitiva de las empresas, regiones y naciones.

Según el citado autor (Porter, 1991), todas las firmas que compiten en una industria, operan bajo una estrategia de negocio, algunas son conscientes de ella y otras lo hacen de manera inconsciente y esta puede ser implícita o explícita y dependiendo del grado de dificultad para ser imitada por la competencia le permitirá obtener una diferencia, la cual le dará un posicionamiento en el mercado en el que opera. Estas estrategias contemplan desde el liderazgo de costo, la diferenciación tanto de productos como procesos, la calidad, la

tecnología, el recurso humano, la materia prima, entre otros aspectos, hasta el enfoque objetivo.

Por lo anteriormente expuesto, se puede hacer un análisis del entorno atendiendo a 5 factores que Porter en su libro llama las cinco fuerzas que ejercen un control en la estrategia y estas son: los posibles nuevos competidores, las empresas existentes en el mercado que atiende, el poder de negociación de los compradores, los proveedores y los productos sustitutos. Cada una de estas fuerzas puede verse como una amenaza o una oportunidad porque tiene la posibilidad de reducir o aumentar los beneficios que percibe la firma dependiendo de sus debilidades o fortalezas internas.

En este sentido, a nivel de la firma, esta puede tener una estrategia diferenciada dependiendo de factores inherentes de la misma tales como la posición dentro del mercado, la rivalidad del sector, la visión de la firma, el poder económico, la infraestructura, etc., y puede ser de tipo ofensivo, defensivo o pasivo o mixto. También las unidades de negocios o líneas de productos pueden combinar algún tipo de estrategia diferente dependiendo de las circunstancias o factores descritos anteriormente.

Globalización económica

Para Goldin y Reinert (2008), la globalización es un “fenómeno”, y la definen como “un incremento del impacto sobre las actividades humanas, debido a las fuerzas que se extienden más allá de las fronteras nacionales”. La globalización puede tener incidencia en lo económico, lo social, cultural, político, tecnológico y hasta en lo biológico, como sería el caso de la transmisión de enfermedades a escala global.

Manteniendo el criterio de múltiple aplicación del concepto de globalización, y también apuntando a la globalización como fenómeno, Hinojosa (2005), señala que la globalización es un fenómeno “que trae consigo una serie de connotaciones económicas, políticas, sociales e incluso culturales”. También nos plantea una distinción y separación entre los conceptos globalización y “mundialización”. Al respecto, señala que globalización es un concepto más acertado que el de mundialización, por cuanto el segundo tiene una connotación eminentemente geográfica. Globalización es más general y mejor adaptado a la realidad. Esto, sin perjuicio de que a nuestro entender, y para los fines de abordar la temática de las REI, el concepto mundialización y su variable geográfica sea un término acertado en ese contexto.

Otros sostienen que la globalización es un “proceso” socio-histórico y multidimensional, que conduce a la supresión de las barreras al libre comercio. Esta expresión se aplica a la creciente interdependencia entre la producción, el mercado, el comercio y las finanzas, y a la alta participación de las economías nacionales en un sistema internacional. Fruto de lo anterior, “la globalización ha fomentado el crecimiento económico y la modernización de diversas partes del mundo, al mismo tiempo que ha

generado cambios y nuevas tensiones sociales en la distribución nacional e internacional de los recursos” (Molano, 2007).

Como proceso, también se plantea una definición en un informe de la CEPAL del año 2002, que señala que la globalización, aunque posea dimensiones económicas muy destacadas, evoluciona concomitantemente a procesos no económicos, que tienen su propia dinámica y desarrollo, y por tanto, no obedece únicamente a determinismos de tipo económico. Según este informe, la dinámica del proceso de globalización, en sus diversas vías, está determinada, en gran medida, por el desigual carácter de los participantes. En su desarrollo ejercen una influencia preponderante los países desarrollados y las grandes empresas multinacionales, y en una medida mucho menor, los gobiernos de los países en desarrollo, (CEPAL, 2002).

En ese orden de ideas, la globalización económica consiste en un proceso-fenómeno de creciente integración de economías a través de diversos factores conectores de las mismas, fundamentalmente en materia de intercambio de bienes, servicios, capitales, personas y tecnología. Para Barberá de la Torre (2012) “es el resultado del deseo de los agentes económicos por ampliar actividades a lo largo del mundo mediante la libertad de movimientos de los factores”, lo cual señala ha desembocado en una interdependencia entre los Estados de forma tal que las decisiones que se adoptan en uno, de una u otra forma, repercuten en otro.

Esta globalización económica ha sido, conceptualmente, elemento fundamental de la idea integradora y de cooperación de la comunidad internacional, vinculándose, en su afán integrador, a través de la celebración, adhesión y ratificación, de diversos acuerdos, tratados o protocolos que, de manera regular, procuran el intercambio de factores productivos, intercambio de tecnologías y facilitación del comercio entre los miembros participantes. Muchos de estos acuerdos, los cuales terminan siendo un verdadero estatuto normativo que regula las relaciones entre los Estados, tienen un carácter obligatorio para sus miembros, lo que se traduce en un compromiso de los Estados de procurar llevar adelante sus procesos de integración. Esto, como factor conector de la globalización en materia económica con un carácter normativo, factor que difícilmente se puede apreciar en otras formas de globalización.

En concreto, si esta dimensión económica de la globalización se pudiera agrupar en sus aspectos más relevantes, podríamos señalar los siguientes: comercio internacional, flujos de inversión extranjera y de capitales financieros, sin desconocer el aporte que el movimiento de personas, conocimiento y tecnología aportan a la misma (Silva, 2009).

Una perspectiva con contenido relativamente similar, pero diversa en sus componentes, es la que plantean Goldin y Reinert (2007), quienes señalan que la globalización contiene las cinco dimensiones económicas fundamentales: el comercio, la financiación, la ayuda, la migración y las ideas.

De este modo, las principales dimensiones que posee la globalización económica, se agrupan en torno al comercio internacional, los flujos de inversión extranjera directa (IED) y de capitales financieros. Tradicionalmente, ha sido representada a través de los clásicos factores productivos, como son el movimiento internacional de mercancías, la prestación de servicios, la libre circulación de capitales, y el tránsito de personas y mano de obra. Requeijo (2012), por su parte, señala como principales rasgos que singularizan la globalización económica, el aumento de flujos comerciales, en especial los movimientos y flujos de capitales; las empresas multinacionales; la deslocalización productiva; las recurrentes crisis financieras; la competencia a escala mundial y la disminución en la implementación de políticas nacionales, en detrimento de políticas económicas globales.

No obstante, una característica importante de esta globalización económica es su capacidad de incorporar no solo variables de tipo estrictamente económico, como se ha mencionado anteriormente, sino también otras variables de distinto orden, como por ejemplo la migración internacional y la movilidad transnacional de conocimientos y tecnología, (Silva, 2009).

Por otra parte, y como importante característica de la globalización económica, conviene resaltar que esta representa una especie de referente, en virtud del cual se planifican los objetivos económicos de los actores en la economía mundial, incorporando en este concepto tanto a las empresas como a las personas y los Estados. Esta globalización se caracteriza por superar los límites políticos y geográficos, de tal manera que la soberanía

de los Estados se debe acomodar a la dinámica de la economía internacional (García de la Cruz, 2008). Otra importante dimensión de la globalización económica es la intensidad que ha alcanzado en los avances tecnológicos y el surgimiento de nuevos actores, encabezados fundamentalmente por los países BRICS, que han sido gestores de importantes cambios en la competitividad y generadores de una tendencia a estructurar la producción en torno a lo que Rosales (2009) denomina **“cadenas mundiales de valor”**.

Hoy en día, la globalización ha conseguido una competencia a escala global, ya que las compañías no solo miran como competidores a las industrias similares de sus países, sino que también deben tener en consideración compañías de su mismo rubro, pero de otras latitudes. Así, por ejemplo, en el caso de los servicios financieros y los movimientos de capitales, la competencia es absolutamente global. La libertad en los movimientos de capitales permite actualmente obtener financiación tanto a través de capitales del propio país como de cualquier parte del mundo. En cuanto a las manufacturas y bajo los principios de especialización técnica, los países han generado distintas especialidades, aportando al comercio global aquello que comparativamente le resulta más competitivo, versus las diferentes aportaciones que otra u otras economías puedan realizar para la fabricación final del producto.

Apertura económica

Cuando se hace mención a la apertura económica en Colombia es imprescindible referirse antes que nada a todos aquellos procesos y transformaciones sociales de inicios de la década de los 90 los cuales terminaron trayendo consigo como resultado, tras más de 20 lustros de la antigua Constitución, la modificación de la Constitución Política en el año 1991 la cual en definitiva a partir de ese mismo momento terminaría marcando todo el devenir del sistema económico y por antonomasia el enfoque de la doctrina comercial, trayendo también consigo como resultado notables y sobresalientes cambios en la dinámica del comercio exterior del país, (Baena Rojas & Fernández Pons, APROXIMACIONES A LA INSERCIÓN DE COLOMBIA EN EL SISTEMA MULTILATERAL DE COMERCIO EN 1995-2015, 2016).

El comercio exterior en la actualidad se caracteriza por las políticas de apertura económica, el cual se fundamenta en la construcción de una serie de políticas que impulsan la: inversión extranjera, liberalización del comercio, flexibilización laboral, entre otras medidas, los cuales fortalecen la apertura comercial. Estos conceptos han surgido en la teoría del intercambio comercial está ligado a nociones como riqueza, evolución y progreso. (Benegas Krause, 1994). Es desde esa concepción que el comercio internacional impulso un cambio en las políticas de sustitución de importaciones, políticas de carácter proteccionistas, permitiendo reformas estructurales basadas en liberalismo económico, desde la perspectiva de Benegas Krause (1994) en : fortalecimiento de la disciplina fiscal, cambios en las prioridades del gasto, reducción de la intervención del Estado en el mercado, el impulso a reformas tributarias orientadas a buscar bases impositivas amplias, la

desregularización financiera que ha permitido mayor libertad de manejo de flujos comerciales a los bancos, liberalización comercial, apertura a la entrada de inversiones extranjeras directas entre otras.

Han pasado casi tres décadas desde el ingreso de Colombia al sistema multilateral de comercio, al convertirse en miembro de pleno derecho de la Organización Mundial de Comercio (OMC) desde el 30 de abril de 1995, y aunque este momento fue determinante para el devenir del comercio exterior del país dadas las importantes reformas estructurales derivadas de esta decisión, Colombia ya venía desarrollando políticas librecambistas importantes que lo alejaban del modelo tradicional de sustitución de importaciones desde que se convirtió en Estado contratante del Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) a partir del 3 de octubre de 1981, (Baena Rojas, Cano , & Duque Giraldo, Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 2020).

Durante la primera parte de esa década Colombia experimentó grandes transformaciones que buscaban modernizar transversalmente al país. La política comercial no fue ajena a estas transformaciones, de hecho, sufrió un cambio sustancial que llevó al replazo total del tradicional esquema de sustitución de importaciones. Estableciéndose una nueva normativa que sentó las bases para el denominado proceso de “apertura económica”, el cual consistió en una reducción unilateral de aranceles y en la eliminación de las restricciones a las importaciones y exportaciones. Bajo este nuevo régimen, todas las

importaciones permanecían libres salvo algunas que estaban restringidas taxativamente (Solano 2013).

De este modo, la inclusión de Colombia en el contexto de liberalización y cooperación económica internacional tuvo un respaldo institucional significativo, pues se trataba de una estrategia gubernamental que buscaba la reestructuración del Estado, como sucedió a en muchos países latinoamericanos a partir de reformas al régimen de comercio exterior, las cuales promovieran el libre intercambio de bienes y servicios, además de promover la libre competencia empresarial. Asimismo, la internacionalización de la economía conllevó a la exposición del sistema productivo colombiano frente a una considerable competencia generada por la introducción de productos extranjeros; situación que transformó por completo la relación de producción y demanda que había regido al país por varias décadas. Como consecuencia, algunas industrias no pudieron competir frente a los precios del mercado internacional, generando problemas en la industria dentro de algunas regiones del país aparte de las importantes dificultades de institucionalidad explicadas por la compleja situación social del país (Gilbert, 2005; Roperó-Beltrán, 2016).

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES Y PANORAMA ACTUAL DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN EN COLOMBIA

Antecedentes Sector Textil En Colombia

La Actividad Económica Textil y de Confección en Colombia, se encuentra dentro de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU como Industria Manufacturera / Fabricación de Productos Textiles y Confección Prendas de Vestir ubicadas en la división 13. Cuenta con gran tradición e historia en el país por más de 100 años en donde la creación de empresas representativas a nivel internacional, planes de gobierno para favorecer el sector, desarrollo en la academia, apoyos en programas de desarrollo de producción y consolidación de un sector hasta llegar a tener reconocimiento mundial se han venido fortaleciendo a lo largo del tiempo, (Caro Romero, 2019).

Las primeras empresas destacadas se formaron en 1907, entre ellas, Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato-Tejicondor), Fábrica de Tejidos Hernández y Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer). Luego para las décadas de 1950 y 1970 nacieron otras grandes empresas de producto terminado como Leonisa, Caribú, Everfit, Paños Vicuña y Pepalfa, y con ellas la consolidación de un sector muy productivo para el país. Esto obligó a las empresas a evolucionar en maquinaria y equipos por lo que la premisa era invertir en infraestructura y maquinaria. Posteriormente para los años 80 el presidente Belisario Betancur y Virgilio Barco enfocaron gran parte de su trabajo para que el sector ingresara a la economía mundial, con tal calidad y productividad que las empresas lograran ser competitivas frente al mercado global. En 1987 se crea Inexmoda, un instituto

privado sin ánimo de lucro que conecta a los actores del Sistema Moda para transformar y fortalecer la industria, promoviendo su crecimiento y desarrollo. Inexmoda es una entidad muy importante en el sector y recurso clave de información para empresarios consolidados, empresas emergentes, diseñadores de moda, estudiantes y en general cualquier interesado en la industria Textil y de Confección. Inexmoda además promueve el talento por medio de convocatorias en las que valora y premia la habilidad de los mejores diseñadores y trabaja constantemente en investigación con el fin de descubrir la dinámica y cambios de la industria de la moda, la cual avanza y se reinventa todos los días. Por esta razón buscan estar siempre alerta para identificar los retos y oportunidades que le permitan orientar la competitividad del sector, y como parte de esto propician encuentros entre grandes actores que potencian la industria alrededor del mundo.

Surge entonces para los años siguientes dos 2 ferias importantes que hasta la fecha cada año se exhiben en el país: **Colombiamoda**, una feria donde la pasión por los negocios, las tendencias de moda y el conocimiento compartido son los tres principales componentes. La Semana de la Moda en Colombia se presenta en julio cada año y muestra el Sistema Completo de Moda en la región. Aunque es un evento que se lleva a cabo en Medellín con el apoyo de la Alcaldía, tiene impacto en toda Latinoamérica. Otra feria nace casi a la par, **Colombiatex de las Américas**, una muestra comercial de textiles, soluciones especializadas, insumos, químicos y maquinaria, líder en América Latina. Posicionada como el centro de negocios textiles más importante de la región; cuenta con una amplia oferta que la hace imperdible para abastecer la cadena de producción y de manera puntual se presenta el primer semestre del año, generalmente las últimas semanas del mes de enero.

Todo este trabajo permitió que para finales de la década de 1980, Colombia se convirtiera en un referente mundial en el negocio de la moda. Importantes marcas y diseñadores sobresalían y otros ponían sus ojos en el país: Carolina Herrera, Badgley Mischka, Agatha Ruíz de la Prada, Custo Barcelona, Oscar de la Renta y Walter Rodríguez, entre otros. Con esto se dio el nacimiento de numerosas instituciones educativas que incluyeron carreras sobre moda en sus programas académicos. Era necesario profesionalizar el sector y crear una relación educativa de alto nivel con la industria; entre las instituciones destacadas se encuentra: en la ciudad de Cali el programa en Diseño de Vestuario ofrecidos por la Universidad San Buenaventura y la Universidad Santiago de Cali; en el resto del país La Colegiatura, Universidad Pontificia Bolivariana, Los Andes, Instituto Tecnológico Pascual Bravo, Arturo Tejada, Universidad Autónoma del Caribe y la Academia Superior de Artes. Pero el desarrollo de la industria también implica el desarrollo de la competitividad. Y hasta la actualidad como en cualquier otro mercado se hace necesaria la diversificación y el mejoramiento permanente para hacer frente a esta naturaleza. Es por ello que, los mandatos de gobierno siguientes han promovido la competitividad y el fortalecimiento de las exportaciones. Se llega entonces a diferentes tratados de libre comercio en los que participan Honduras, El Salvador, Guatemala, Chile, Canadá, Estados Unidos, Unión Europea, Perú, Bolivia y Ecuador. Las preferencias arancelarias también se lograron con los países del Caribe y Centroamérica. De esta manera el sector se ha fortalecido a través de los Grupos de empresas que trabajan interrelacionadas en el sector y colaborando estratégicamente para obtener beneficios comunes en programas de transformación productiva.

Pero estas decisiones no fueron del todo buenas. Estas políticas que pretendían colocar la industria nacional como un gran jugador en la economía global, se fueron modificando hacia la apertura de los mercados, lo que mostró los primeros problemas de competencia dentro del país luego de iniciar las importaciones de insumos, materia prima y producto.

De este modo, durante el año 2004 las Pymes colombianas representaban el 40% del PIB, esto se debía a que Cámaras de Comercio y entidades en Colombia le apostaban al desarrollo empresarial del país. De este modo, consolidaban su presencia en el territorio nación. Sin embargo, para el año 2006 se les aconseja a las empresas del sector impulsar programas de modernización de maquinarias y procesos, para incrementar la productividad, por lo tanto, Colombiatex ofreció maquinaria de alta tecnología (Inexmoda, 2007). De este modo, el sector textil y confecciones en Colombia se estaba posicionando, pero aún se necesitaba estrategia e investigación para competir con países potencia y más desarrollados en el tema como China o en general el continente asiático.

Por otro lado, para el año 2007 surgieron tensiones en el sector debido a la devaluación del dólar frente al peso, ya que esto producía un alza en los precios y generaba incertidumbre en las exportaciones hacia Estados Unidos, sin embargo, estas disminuyeron debido a políticas comerciales y el vencimiento de las preferencias arancelarias contenidas en el ATPDEA (Inexmoda, 2007). En este orden de ideas, en un análisis realizado por Castillo Rincón (2015) sobre la “Caracterización y competitividad del sector textil, para la zona: Bogotá-Cundinamarca. Periodo 2000-2010” menciona que:

Durante los años 2000 al 2007 el sector textil tuvo un crecimiento constante pero que durante los años 2008 y 2009 el sector tuvo un decrecimiento causado quizás por la desindustrialización Colombiana o por la, ya que la industria paso de tener un 20% a 22% de participación en el PIB durante los años 90 a tener una participación de tan solo el 14% para el año 2011. (Romero, 2019).

Por lo tanto, la recesión económica del 2008 afecto la industria colombiana en los siguientes años como el aumento de desempleados por la caída de la producción, la reducción del consumo interno, costos altos en materia prima, inflación y disminución en las exportaciones de sectores no tradicionales como lo es la industria textil y confecciones (Meza, Restrepo, & Aguirre, 2008).

Cabe destacar, que la industria textil y de confecciones en Colombia ha tenido complicaciones con prácticas desleales como el dumping o el contrabando, asimismo, se ha visto afectada por el aumento de las importaciones de países como Estados Unidos o del gigante asiático con marcas piratas, lo cual genera inestabilidad en el sector; como consecuencia de esto para el año 2009 de acuerdo con Inexmoda, las exportaciones caen un 40%, de esta manera, en el mercado nacional se consolidan un grupo de compradores invitados de diferentes regiones del país, lo cual es un encuentro empresarial nacional en el marco de Colombiamoda que ofrece compradores potenciales con la finalidad de iniciar un reconquista al mercado nacional para ese tiempo.

Para el año 2011, con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con Estados Unidos, este país con el transcurso de los años se vuelve el primer destino de los productos nacionales del sector, con una participación del 36% de las exportaciones en confecciones, cifra que lo consolida como el principal socio comercial de textiles y confecciones de nuestro país para el 2014 (Legiscomex, 2014). Asimismo, de acuerdo con Legiscomex, Colombiamoda tuvo 240 compradores de EE UU, muchos atraídos por las ventajas del Tratado de Libre Comercio (TLC), siendo la nación con mayor aporte de compradores y asistentes a la Feria.

De igual forma, para el año 2013 entra en vigor el Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Colombia, siendo el bloque económico más grande del mundo y de acuerdo con Inexmoda es el gran invitado a Colombiatex 2013. Por otra parte, el tratado impacta en el sector textil y confecciones con beneficios arancelarios para las exportaciones colombianas hacia la UE de los capítulos 61 al 63, que corresponde a prendas y textiles confeccionados, con aranceles desde 6,3%; 6,5%; 6,9%; hasta 10,0%, los cuales quedan totalmente libres de arancel con el Acuerdo (Legiscomex, 2013).

De esta manera, el sector textil en Colombia incrementa sus exportaciones según informes del DANE, ya que para el año 2015 el sector presentó un crecimiento de 4,8 % en producción, 4,3% en ventas y 0,7% en generación de empleo, lo que muestra que la demanda que está teniendo en el mercado no solamente es nacional sino también internacionalmente, permitiendo generar un aumento en la economía mencionada Inexmoda

(Espinel, Aparicio, & Mora, 2016). Es así como el sector textil o la industria textilera y de confecciones se vuelve un potenciador de empleo en Colombia después una recaída con la crisis del 2008. En este orden de ideas, para el periodo del 2007 al 2017 según Legiscomex (2018):

Se formuló una estrategia que apostó por la productividad de la industria, incluyendo el crecimiento de cultivos de algodón y el fortalecimiento de 16 empresas de textiles y de confecciones, dando inicio a la creación de las cámaras de comercio regionales mediante un trabajo entre empresarios y entidades público-privadas que contribuyen a las mejoras de la industria. (Bayona & Contreras, 2018)

Es por tal motivo e importante que el sector textil refleje un crecimiento o incremento en el PIB junto con el empleo, partiendo de beneficios como posicionamiento, avances tecnológicos, producción a escala, valor agregado, competitividad, entre otros para que sobresalga esta industria en el mercado nacional e internacional.

Con respecto a Europa, la línea de productos que se exportan a este continente es cada vez más diversa, según datos de ProColombia el 99,9% de los bienes industriales colombianos tienen acceso preferencial a la Unión, de los cuales los textiles y las confecciones se destacan por su calidad y reconocimiento, en especial las fajas y vestidos de baño, asimismo, 480 nuevos productos colombianos han ingresado desde el 2013 al mercado europeo (Castiblanco, Sepúlveda, & Rivas, 2017). Es por ello, que

Los acuerdos de libre comercio, en especial con el bloque económico Europeo han sido de un gran beneficio, en el incremento del comercio exterior en el

sector industrial y servicios, sin embargo, según cifras de Traedme (2018) se evidencia una tendencia decreciente en las exportaciones del sector textil-confecciones hacia la Unión Europea, registrando \$ 28.905.000 de dólares de 2016 en exportaciones de bienes del capítulo 60, 61 y 62 del decreto 4927 del 26 diciembre del 2011, en comparación a \$ 32.205.000 (2015) y \$38.325.000 (2014) de años anteriores. (Sánchez & Correales, 2018)

Por otro lado, en mayo de 2019 se genera un informe por Inexmoda, en donde se muestran cifras recolectadas por el DANE sobre la Encuesta Mensual Manufacturera (EMM) se evidencia que la producción interna de los subsectores textil y confecciones creció en el primer trimestre del año frente al mismo período del año 2018 como respuesta a la recuperación en el índice de confianza industrial que en abril estuvo 1.4 puntos porcentuales por encima del resultado de mayo y el nivel de existencias mejoró. (Inexmoda, 2019)

Finalmente, la industria textil y confecciones ha tenido altibajos, pero gracias al desarrollo que se le ha puesto al sector con Inexmoda, Colombiamoda, y entre otras ferias importantes, esto ha permitido el posicionamiento y reconocimiento del sector textil, asimismo, esto ha llevado al país a especializarse en el área creando programas académicos en las universidades, mejorar y buscar especialización en maquinarias que ayudaran al sector a continuar con su crecimiento. (Cortes & Ospitia, 2020).

Actualidad del Sector Textil En Colombia

Actualmente, el sector textil y confecciones en Colombia se ha destacado durante un largo periodo de tiempo por el valor agregado que les ha dado a sus confecciones, sin embargo, se ha tenido que enfrentar a ciertas cuestiones como competencia desleal, dumping o competencia internacional ya mencionado anteriormente, lo cual ha impactado en el mercado interno y ha generado la disminución de su participación tanto en el mercado local como internacional. Por otra parte, dentro del mercado local las Pymes se vuelven un factor crucial dentro de este sector, ya que en Colombia estas empresas son un mecanismo o una pieza clave en el desarrollo o aumento de la producción nacional, debido a que aportan, en gran medida, a las multinacionales con mecanismos como los Clústeres. Es por ello que:

Las pymes pueden desempeñarse en la prestación de servicios directos en la fabricación de los bienes, como lo son la transformación de materia prima de insumos esenciales, maquila detallada para el producto final de las multinacionales, aportando así participación e incremento en las utilidades que deriva a una evolución positiva, permitiendo de esta manera el crecimiento y apalancamiento de las Pymes, al igual el fortalecimiento de políticas gubernamentales que incentiven el desarrollo de la actividad económica con mira al incremento de las exportación a mercados potenciales. Es por esto por lo que el crecimiento, desarrollo tecnológico y operativo de las Pymes fortalecen en gran medida la oferta y competitividad de la industria textil en Colombia (Sánchez & Correales, 2018).

De este modo, debido a la contingencia que ha ocurrido en 2020 con la llegada del Covid-19, de acuerdo con un informe de Inexmoda observatorio sistema de moda (2021), menciona que las empresas se han estado reinventando y adaptando a las tendencias del mercado, que cada vez se inclina más por los productos ambientalmente sostenibles. Es así como, a través de avances tecnológicos se está apostando por la sostenibilidad e innovación. Asimismo, han desarrollado estándares antivirales que se utilizan para tapabocas y prendas de protección.

Aunque las exportaciones han sido bajas durante los últimos años de acuerdo con Inexmoda (2021), estas han mejorado y los productos de bioseguridad y con telas antifuídos han sido los más requeridos en el mercado. No obstante, para 2021 se estima una diversificación del mercado, puesto que varios países están interesados en otros segmentos como ropa deportiva.

Cabe destacar, que en Colombiatex de las Américas, los productos que despertaron un mayor interés para ser adquiridos fueron los textiles técnicos, siendo Costa Rica, Ecuador, México y Estados Unidos, los cuales son países que más adquieren productos colombianos. Asimismo, las tendencias del sector, los textiles con diseño circular, fibras recicladas y recuperadas, y las telas elaboradas en impresión 3D seguirán cobrando relevancia (Inexmoda, 2021).

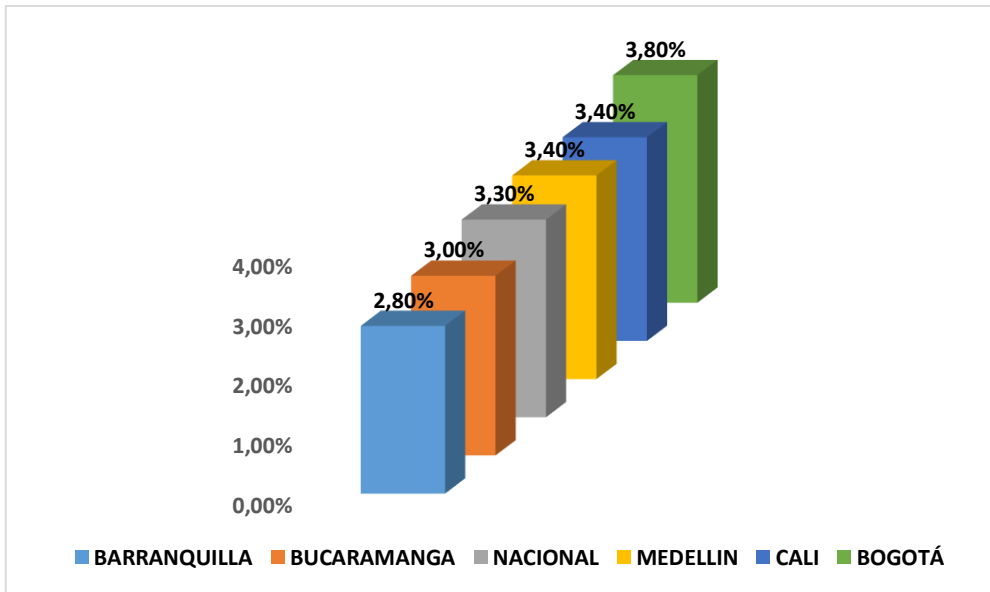
Según Inexmoda (2018), Colombia es uno de los principales referentes de moda en Latinoamérica, el talento de los diseñadores locales es de exportación y cada vez más se abren mercado a nivel global. El Sistema Moda es un engranaje rico en experiencias y diversidad, la mezcla de diferentes disciplinas de Industrias Creativas como el diseño de moda. Colombia es uno de los principales referentes de moda en Latinoamérica, el talento de los diseñadores locales es de exportación y cada vez más se abren mercado a nivel global. El Sistema Moda es un engranaje rico en experiencias y diversidad, la mezcla de diferentes disciplinas de Industrias Creativas como el diseño de moda, el diseño gráfico, la arquitectura, la producción audiovisual, la comunicación, entre otras, convergen para darle vida a las colecciones de pensantes que utilizan la indumentaria como vehículo para expresar sus ideas y emociones, (Inexmoda, 2018).

Principales ciudades textiles

En el territorio nacional, según **Inexmoda** (2008) el eslabón de la industria textil se reparte principalmente entre las redes empresariales de Antioquia y Bogotá, pero a nivel general, las empresas de textiles se encuentran ubicadas en las siguientes ciudades principalmente: Medellín, Bogotá, y las otras ciudades como Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga.

Ilustración 1

Principales ciudades productoras de textiles y confecciones Colombia 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de Informe Inexmoda, 2019.

Bogotá

Además de ser la ciudad con mayor participación dentro del gasto de los hogares, también es la que mejor recuperación en el 2019 presentó. Bogotá genera el 53% de los textiles, produce telas en plano, y punto con fibras sintéticas de poliéster y acrílicos para las confecciones, hogar y usos técnicos.

Medellín

La ciudad de Medellín concentra el 38% de la producción textil, se especializa en textiles de algodón, mezclas con poliéster, lanas técnicas para prendas, hogar y usos técnicos de telas en plano y punto. Fue la segunda de las ciudades principales que mayor crecimiento registró en unidades a lo largo del 2019.

Barranquilla

Fue la ciudad con los menores crecimientos en unidades, superado incluso por ciudades secundarias como Cúcuta, Montería y Neiva.

Bucaramanga

Sólo en el mes de noviembre se registró el mayor crecimiento en las unidades en esta ciudad.

Cali

Cali es el tercer centro de producción de confecciones, y representa el 2% de la producción de textiles nacionales.

Tabla 1**Principales empresas importadoras de textiles y materias primas en 2019**

	NIT	RAZÓN SOCIAL IMPORTADOR	VALOR FOB DOLARES
1	860000452	Manufacturas Eliot S.A.S	\$ 92.707.135
2	900324904	Tex-Town S.A.S	\$ 54.924.713
3	890901811	Corporación Distribuidora De Algodón Nacional Productora DE Textiles De Tocancipa S.A	\$ 49.529.188
4	830083392	Toptex	\$ 44.078.710
5	890100783	Industrias Cannon De Colombia S.A	\$ 39.350.150
6	811018676	John Uribe E Hijos S.A	\$ 36.913.078
7	800167919	Stilotex S.A.S	\$ 27.064.742
8	860002067	Proquinal S.A	\$ 26.013.794
9	900342297	Comercializadora Arturo Calle S.A.S	\$ 25.146.107
10	800150223	Mercadeo Y Moda S.A.S	\$ 21.410.814

Fuente: Elaboración propia con datos de Informe Inexmoda, 2019.

De la tabla anterior, se evidencian las principales empresas importadoras de textiles y materias primas en 2019, donde la empresa Manufacturas Eliot S.A.S se ubica en primer lugar con un valor FOB en importaciones de \$92.707.135 de dólares. Por otro lado, de acuerdo con el periódico La República (2020), este menciona que entre las compañías que lideran este sector, según información de la Superintendencia de Sociedades, se encuentra la empresa de textiles Manufacturas Eliot, que registró en 2019 ingresos consolidados por \$789.183 millones, 14,25% por encima de su resultado de 2018, y se posicionó como la principal empresa del 2019 (Elejalde, 2020).

Ilustración 2

Principales empresas exportadoras en el sector textil



Fuente: Dane/ Gráfico: La República, 2020.

El negocio de los textiles y las confecciones aporta a la economía colombiana cerca de \$10,92 billones, o 1,02% del PIB, y en 2019, según el Dane, la fabricación de prendas de vestir incrementó 3,7% su producción y 1,9% las ventas.

Entre las compañías que lideran este sector, según información de la Superintendencia de Sociedades, se encuentra la empresa de textiles Manufacturas Eliot,

que registró en 2019 ingresos consolidados por \$789.183 millones, 14,25% por encima de su resultado de 2018, y se posicionó como la principal empresa del sector el año pasado, (Becerra Elejalde, 2020).

Manufacturas Eliot S.A.S



Manufacturas Eliot S.A.S. es una empresa industrial y comercial de textiles y confecciones con más de 50 años de experiencia en el mercado. En 1992 inició operaciones de exportación a los mercados de Venezuela y Ecuador. Se ocupa principalmente de la producción y comercialización de prendas y textiles. Esta empresa es considerada como la compañía número uno de Colombia y una de las más importantes en Latinoamérica en el sector textil.

Además de estar al día con las tendencias de la moda, **PatPrimo y Seven Se ven** han incorporado en su estrategia el canal de venta digital. A lo anterior se suma el preponderante papel que juega la empresa a través de su participación a nivel gremial. La misión del sector es impulsar la confección nacional, cuyo principal problema es el ingreso de contrabando procedente de China. Luchar por la protección de prendas hechas en Colombia, como las de PatPrimo, significa velar por una industria generadora de empleo y desarrollo para toda Colombia, (Andi, 2018).

Internacional de Distribuciones de Vestuario de Moda S.A

Línea Directa S.A., cuyo nombre legal es Internacional de Distribuciones de Vestuario de Moda S.A., es una empresa comercial colombiana con sede principal ubicada en la ciudad de La Estrella en la región de Antioquia. Se ha incorporado en 1997. Las actividades principales de la compañía incluyen el diseño, la fabricación y la comercialización de ropa interior para mujeres y hombres. La compañía es conocida principalmente con sus marcas comerciales **Carmel y Pacifika**.



Crystal S.A.S



Empresa dedicada a la construcción y comercialización de marcas en Latinoamérica, con más de 50 años de experiencia y tradición. Crystal S.A.S es dueña de reconocidas marcas en el país como: **Gef, Punto Blanco, Baby Fresh, Galax y Casino**.

Esta empresa cuenta con una amplia distribución de nuestros productos en puntos de venta propios y franquicias ubicados en Centroamérica, el Caribe y Suramérica. Además de esto, está integrado a través de 8 plantas de manufactura en Colombia con un sistema vertical que abarca procesos de hilandería, tintorería, textiles, confección y calcetería, (Crystal S.A.S, 2020).

STF Group S.A



La firma fue fundada por Carmen Faride Hazzi, quien en la década del 70 instaló un pequeño local de moda en la ciudad de Cali con el nombre Faride Fashion hasta que en 1994 la marca pasó a llamarse “**Studio F**” cuando quedó en manos de su hijo, Carlos Acosta Hazzi.

En 2002 la empresa, en pleno proceso de expansión, volvió a cambiar su nombre por STF Group SA. En ese momento Studio F, como marca de corte aspiracional, no estaba teniendo alcance masivo por sus precios altos. Con el objetivo de llegar a más consumidores nació **ELA**, una firma más accesible y con un estilo similar a Studio F.

Según datos de la Superintendencia de Sociedades el grupo STF creció más del 150 por ciento entre 2011 y 2016. Y, hacia fines de ese último año, la compañía ya contaba con 270 puntos de venta, 185 a nivel local y 80 entre países de la región y Estados Unidos.

La compañía produce entre el 80 y el 90 por ciento entre sus plantas de Colombia y México y el resto de los artículos se importan de Asia y Europa, (Fashion United , 2018).

Permoda LTDA



En 1990 **Permoda** dio inicio a **Pronto**, la segunda cadena del grupo, especializada en prendas básicas y con más énfasis en colecciones para hombre. Tras casi veinte años de trayectoria en el mercado colombiano, el grupo lanzó en 2002 su tercera marca: **Bkul**.

En 2008 nació **Koaj**, la marca más joven del grupo, nombre con el que opera actualmente. Tras el desembarco de **Zara** en Colombia, **Permoda** unificó todas sus cadenas en el mismo establecimiento, creando una especie de multimarca o tienda departamental con sus marcas propias. La compañía amplió sus locales comerciales para poder albergar las colecciones de **Armi**, **Bkul**, **Pronto** y **Koaj** en tiendas de hasta 4.000 metros cuadrados.

La compañía colombiana dio el salto al extranjero en 1988 cuando comenzó a importar sus prendas al mercado venezolano, primero en locales multimarca y luego con tiendas propias. La expansión en Latinoamérica de **Permoda** siguió por Costa Rica, Ecuador y más tarde en Perú y México, (Modaes, 2016).

Tabla 2**Principales empresas exportadoras de textiles y materias primas en 2019**

	NIT	RAZÓN SOCIAL EXPORTADOR	VALOR FOB DOLARES
1	890903474	Enka De Colombia S.A	\$ 62.527.724
2	860000452	Manufacturas Eliot S.A.S	\$ 53.434.708
3	860001965	Textiles Lafayette S.A.S	\$ 19.922.731
4	890900308	Fabricato S.A	\$ 16.375.297
5	890900285	Compañía De Empaques S.A	\$ 14.895.373
6	900060476	Encajes S.A Colombia	\$ 11.973.982
7	860001963	Protela S.A	\$ 6.962.199
8	891400379	Textiles Omnes S.A	\$ 3.774.221
9	890900265	Coats Cadena Andina S.A	\$ 3.652.342
10	830083392	Productora DE Textiles De Tocancipa S.A Toptex	\$ 3.391.216

Fuente: Elaboración propia con datos de Informe Inexmoda, 2019.

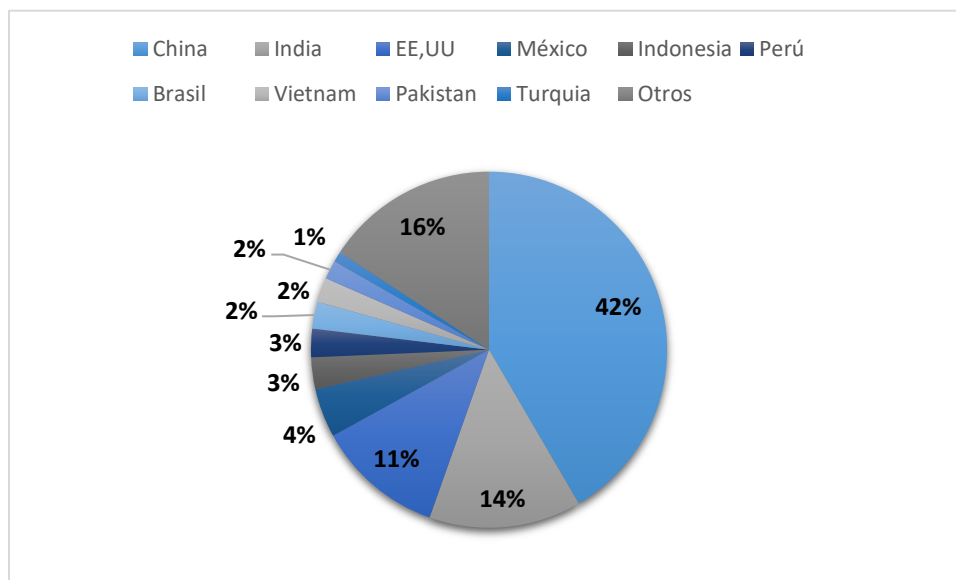
Como se evidencia en la tabla, la empresa Enka De Colombia S.A se encuentra en primer lugar como la mayor exportadora de textiles y materias primas del 2019 con un valor FOB de \$62.527.724 de dólares, asimismo, se ubica en segundo lugar la empresa Manufacturas Eliot y este posicionamiento es debido a la innovación como el secreto de la empresa para mantenerse en el mercado por 60 años y lograr avanzar en comercio exterior (Echeverri, 2017). Es por ello, que Manufacturas Eliot S.A.S sigue liderando el mercado en segundo lugar con un valor FOB \$53.434.708 de dólares, lo cual se debe a la diversidad en sus telas y su presencia regional, menciona el gerente comercial de la división textil de Manufacturas Eliot, Guillermo Criado (Elejalde, 2020).

COMERCIO INTERNACIONAL EN EL SECTOR TEXTIL

Principales países origen de importaciones de textil y materias primas

Ilustración 3

Principales países origen de importaciones de textil y materias primas 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de Informe Inexmoda, 2019.

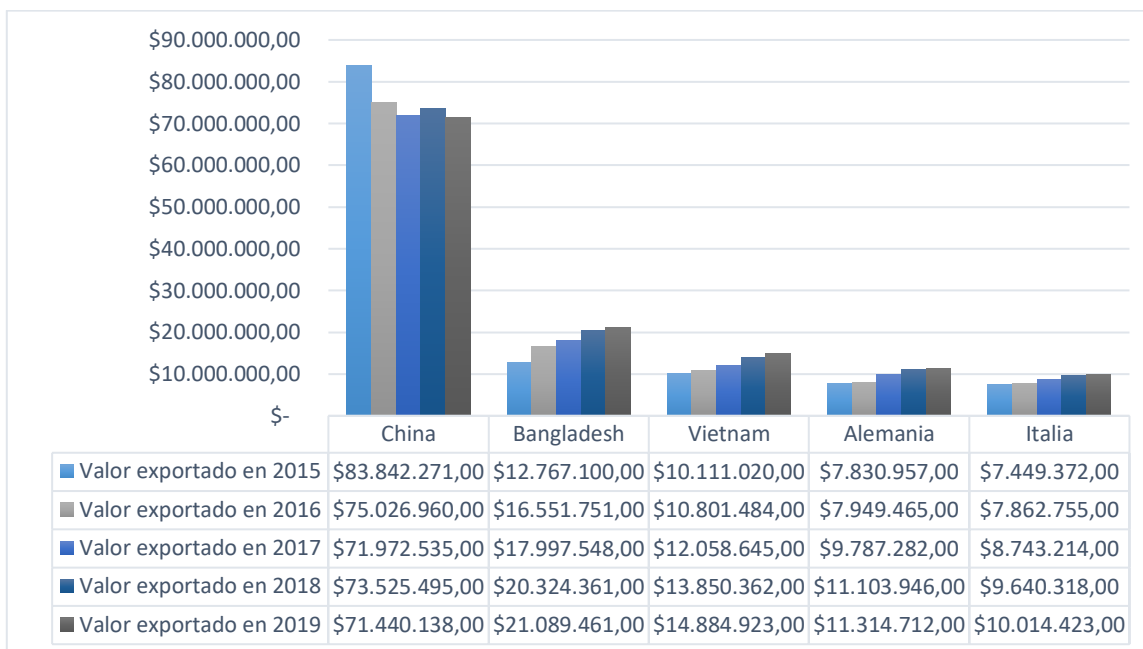
Del anterior gráfico, se evidencian los principales países de origen de importaciones de textil y materias primas en 2018, en donde países como China, India y Estados Unidos lideran las importaciones de textiles y esto se debe principalmente a la mano de obra barata y los bajos precios que ofrecen estos países en especial del continente asiático.

Con respecto a Estados Unidos, la participación de este país en el comercio exterior de la cadena de textil y confecciones, en comparación con otros sectores productivos del país, es relativamente alto, a pesar de la alta cantidad de mercados de exportación de la cadena, (Oficina para el aprovechamiento del TLC con EE.UU, 2012).

Principales países exportadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto

Ilustración 4

Principales países exportadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto 2015-2019 USD



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

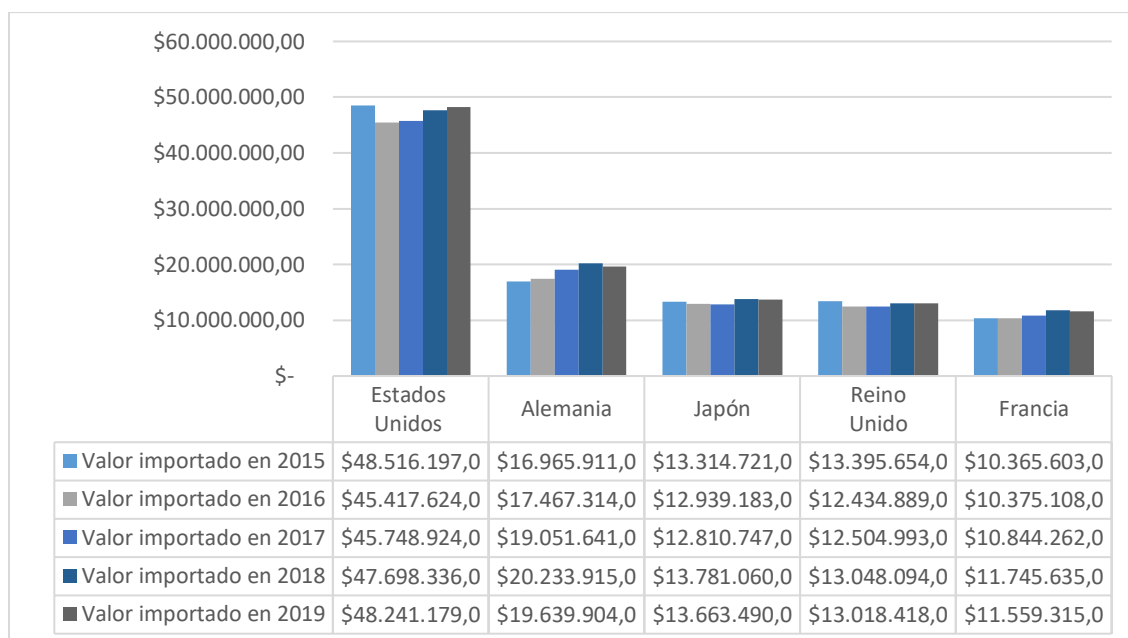
Como se evidencia en el gráfico, los países con mayor potencial exportador en prendas de vestir son los países asiáticos, claramente por su mano de obra barata y bajos costos de producción, lo cual les permite exportar a la mayoría de países en todo el mundo. Asimismo, se encuentran países de Europa como Alemania e Italia, lo cual refleja el dinamismo en que tiene el continente en la industria textil y de la confección, ya que es un pilar fundamental de la economía europea a través de las regiones y los países de la UE.

Esto hace a la Unión Europea el segundo exportador mundial de textiles y prendas de vestir (EURATEX, s.f.).

Principales países importadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto

Ilustración 5

Principales países importadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto 2015-2019 USD



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

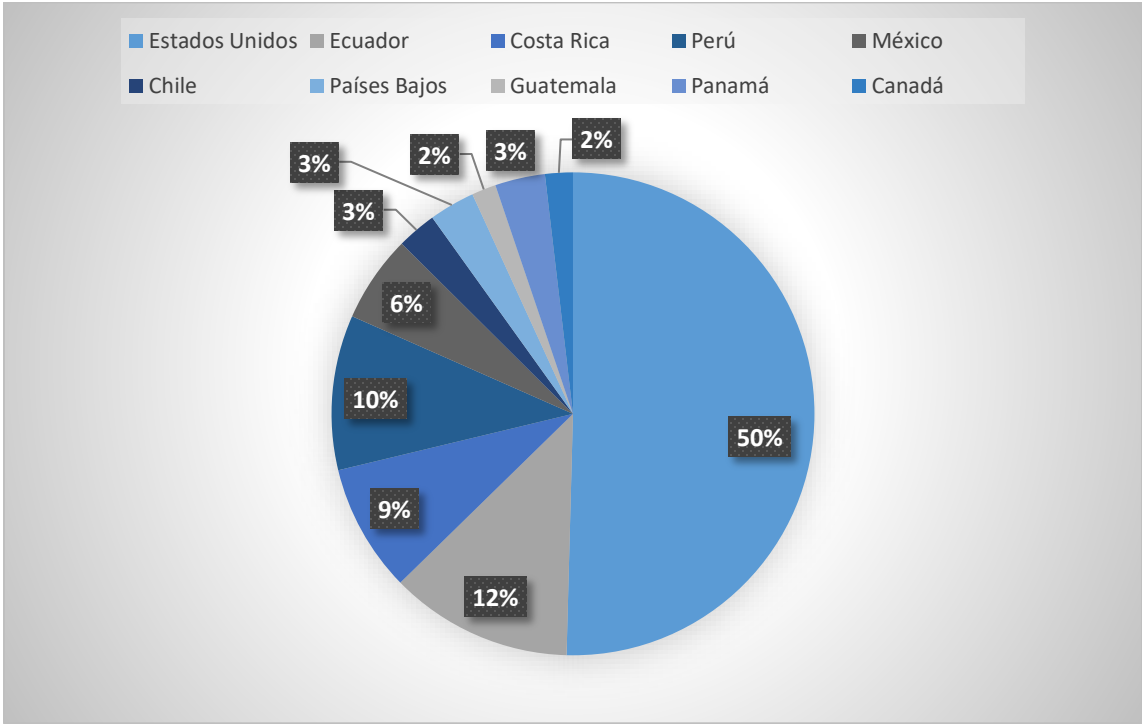
En el gráfico anterior, se evidencia a Estados Unidos como el mayor importador de prendas de vestir y esto se debe a la gran cantidad de acuerdos comerciales con los que cuenta el país, lo cual le permite ingresar más productos libres de arancel o con ciertos beneficios, aun así, Estados Unidos importa más de lo que exporta. Luego se evidencian países de Europa como Alemania, Reino Unido y Francia como mayores importadores y

eso es debido a que en Europa, así como producen confecciones de alta calidad, la mayoría de marcas reconocidas en el mundo de la moda surgen de este continente, por lo tanto, las importaciones se deben a la diversificación en telas o materia prima.

Lista de los mercados importadores para productos exportados por Colombia

Ilustración 6

Lista de los mercados importadores para productos exportados por Colombia



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

En el grafico anterior, se pueden evidenciar los países que más importan textiles de Colombia como lo es Estados Unidos, Ecuador y Perú, estos países son los principales socios comerciales de Colombia del sector textil (Espinel, Aparicio, & Mora, 2016). Por otro lado, de acuerdo con ProColombia (2014):

Colombia no es el principal exportador de textiles de México, Perú y Chile, pero si tiene potencial y gran oportunidad con la Alianza del Pacífico debido a que el país está en capacidad de abastecer la demanda y las relaciones comerciales se han visto favorecidas en los últimos años. De acuerdo con estadísticas de Trade Map, Colombia es el proveedor de textiles número 13 de México, 10° de Chile y 4° de Perú, después de China, EE. UU e India. (Espinel, Aparicio, & Mora, 2016).

De este modo, la cantidad de importaciones que hace Estados Unidos se deben al aprovechamiento del TLC firmado, lo cual ha facilitado el comercio entre ambos países permitiendo que ingresen productos Colombianos en mayor cantidad.

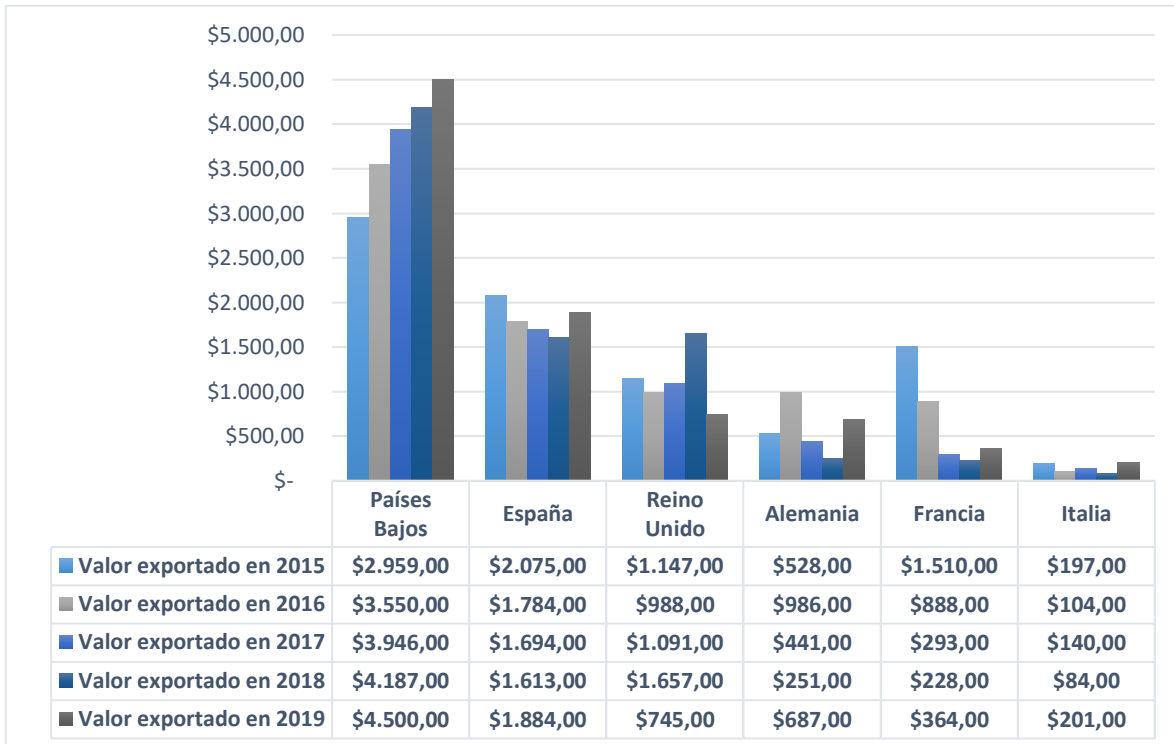
Países pertenecientes a la U.E. a donde más exportó Colombia en los últimos 5 años

(Capítulo 61)

Ilustración 7

Países pertenecientes a la U.E. a donde más exportó Colombia en los últimos 5 años

Unidades USD



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

Según las respectivas gráficas, los principales socios de Colombia con el bloque económico son Países Bajos, España y Reino Unido Alemania, Francia e Italia, dado que estos países tienen cierta afinidad comercial con el país sudamericano. Sin embargo, la puerta de acceso al continente europeo siempre ha sido Países Bajos, ya que este país ha estado en constante interés por los productos no mineros- energéticos de Colombia, ya sea por su calidad o innovación de las prendas textiles o por negocios bilaterales con resultados

fructíferos. Conjuntamente el país ibérico también tiene una fuerte relación con Colombia, debido a su cercanía cultural. Y por último, Reino Unido ha representado un mercado atractivo para la exportación de bienes textiles producidos en Colombia, debido a que el país británico quiere incrementar relaciones bilaterales con países latinoamericanos con proyección ascendente en sus economías, (Sánchez Becerra, 2018).

Lista de los productos exportados por Colombia

Tabla 3

Lista de los productos exportados por Colombia (Capítulo 61)

Código	Descripción del producto	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
'610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil	\$ 24.964,00	\$ 24.852,00	\$ 23.095,00	\$ 20.648,00
'610463	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto	\$ 11.611,00	\$ 13.887,00	\$ 17.817,00	\$ 15.052,00
'611241	Bañadores de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	\$ 20.850,00	\$ 18.961,00	\$ 18.245,00	\$ 19.634,00
'610822	Bragas "bombachas, calzones" de punto, de fibras sintéticas o artificiales	\$ 12.556,00	\$ 14.035,00	\$ 15.980,00	\$ 14.622,00
'611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos	\$ 17.914,00	\$ 9.879,00	\$ 14.049,00	\$ 16.420,00
'610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	\$ 7.865,00	\$ 10.323,00	\$ 9.261,00	\$ 11.626,00
'610620	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto	\$ 5.747,00	\$ 6.376,00	\$ 6.088,00	\$ 5.744,00
'611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos	\$ 6.503,00	\$ 7.875,00	\$ 7.175,00	\$ 7.036,00
'611596	Calcetines, de punto, de fibras sintéticas	\$ 3.823,00	\$ 4.264,00	\$ 5.335,00	\$ 5.336,00
'610712	Calzoncillos de punto, de fibras sintéticas o artificiales	\$ 4.203,00	\$ 4.670,00	\$ 5.159,00	\$ 4.143,00

Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

En la tabla, se evidencian la lista de productos más exportados por Colombia del Capítulo 61 del código arancelario, donde T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil, Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto y Bañadores de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas son los más demandados, en especial por Estados Unidos. De acuerdo con ProColombia, los textiles y confecciones, entre otros lideran el top de productos que tienen mayor transacción para la exportación, de este modo, los textiles con un (16,7%) y confecciones con un (14,9%) son de los sectores con mayor exportación desde zonas francas (Simmonds, 2019).

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DEL MERCADO EUROPEO

TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA- UNIÓN EUROPEA

El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea constituye un paso significativo para alcanzar una mayor internacionalización de la economía colombiana lo cual es un requisito fundamental para lograr un mayor crecimiento económico. Colombia es uno de los países más cerrados de América Latina: actualmente la economía colombiana no está entre las diez más abiertas de la región. Esta situación limita el crecimiento del país, pues las economías que más han crecido en las últimas décadas han aprovechado el dinamismo del comercio internacional.

Suscripción del tratado

-El Acuerdo Comercial entre Colombia, la Unión Europea y sus Estados Miembros, por otra, fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012.

-El Parlamento Europeo aprobó el Acuerdo el 11 de diciembre de 2012, y posteriormente notificó la culminación de sus trámites internos para la aplicación provisional del Acuerdo el 27 de febrero de 2013.

-Colombia, inició trámite interno para su aprobación en el Congreso de la República en el mes de noviembre de 2012, hasta el 5 de junio de 2013, finalizando con la sanción del Presidente Juan Manuel Santos, mediante la Ley 1669 del 16 de julio de 2013. Sin embargo, el Acuerdo continúa su trámite ante la Corte Constitucional.

-Se dio aplicación provisional al Acuerdo a partir del 1 de agosto de 2013.

Antecedentes Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

El Sistema Generalizado de Preferencias Andinas (SGP) es el esquema preferencial más amplio del que goza Colombia, otorgado por la Unión Europea (UE) mediante un Régimen especial de apoyo a la lucha contra la droga el cual busca mejorar las oportunidades de exportación para los cultivos y productos que sustituyeron a los de productos ilícitos.

Aspectos que permite el TLC

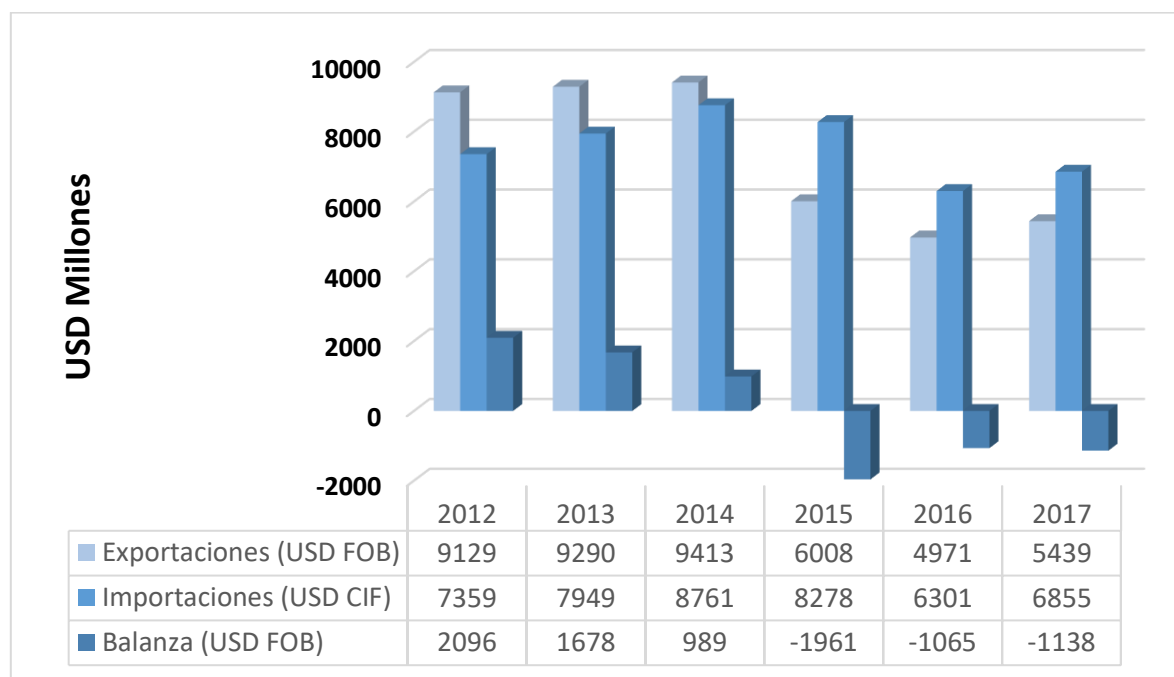
- La eliminación de las barreras que limitan la mayor participación de Colombia en el mercado de un actor clave de la economía mundial.
- La reducción y eliminación de aranceles y barreras no arancelarias a las exportaciones colombianas para hacer más competitivos nuestros productos industriales y agrícolas.
- Un campo de juego nivelado para las empresas colombianas frente a sus competidores de países como México, Chile y, pronto, los países centroamericanos, que se benefician del mercado preferencial.
- Mejor acceso para los proveedores colombianos de servicios en el primer mercado mundial.
- Un entorno previsible para las mayores inversiones productivas.
- Menores precios y mejores opciones en bienes y servicios.

El comercio bilateral con el mercado europeo ofrece oportunidades para profundizar la diversificación de la canasta exportadora, aprovechando la competitividad de los bienes no tradicionales tanto agroindustriales como manufactureros.

COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA Y LA UNIÓN EUROPEA

Ilustración 8

COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA Y LA UNIÓN EUROPEA



Fuente: Elaboración propia con datos de Analdex.

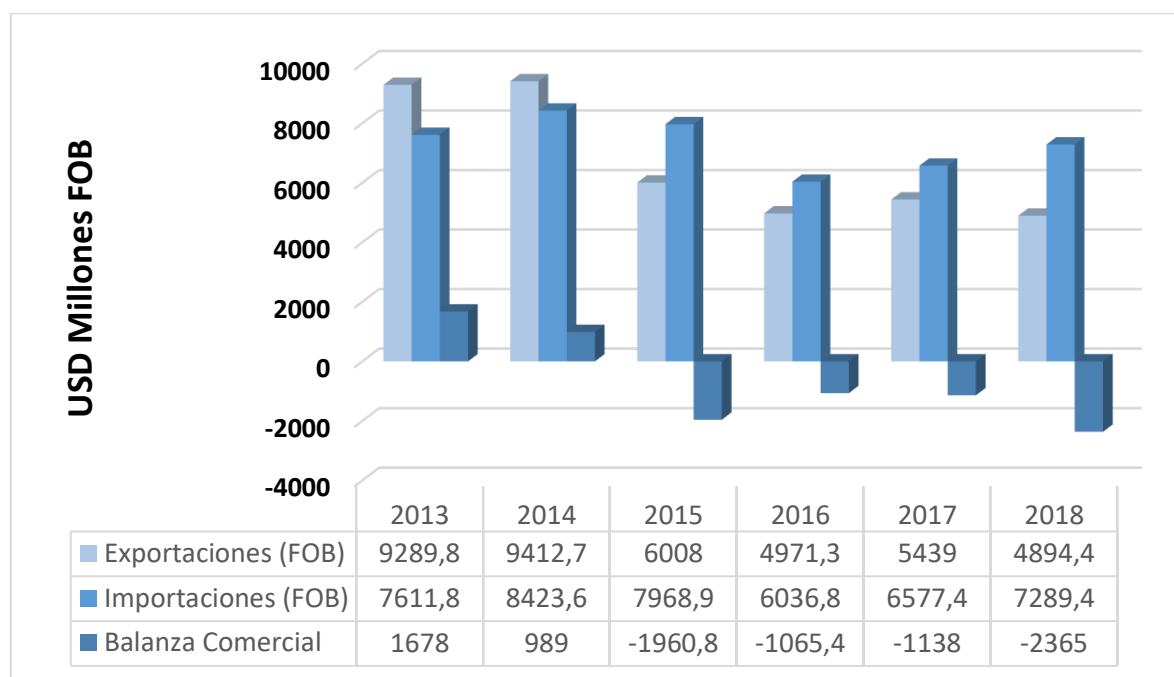
La Unión Europea ha sido el segundo destino de las exportaciones de Colombia, representando 14.4% en 2018 después de Estados Unidos. Los Estados miembros que mayor aporte generan a este resultado son Países Bajos, con una participación de 4%,

respecto el total exportado al mundo, seguido por España (3%) y Bélgica (1%). La Unión Europea se posiciona como el tercer proveedor de bienes para Colombia después de EE.UU y China, representando 15% del total importado. Dentro de sus Estados miembros quienes tienen mayor participación son Alemania (4%), seguido por Francia (2%) y España (2%).

BALANZA COMERCIAL COLOMBIA-UNIÓN EUROPEA

Ilustración 9

BALANZA COMERCIAL COLOMBIA-UNIÓN EUROPEA



Fuente: Elaboración propia con datos de Mincit, 2018.

En 2012, antes de entrar en aplicación el *Acuerdo Comercial Multipartes*, la balanza comercial arrojaba un superávit por US\$2,096 millones a favor de Colombia, y de ahí en adelante ésta ha venido disminuyendo hasta que, en el año 2015, alcanzó déficit por valor de -US\$1,961 millones.

Los dos siguientes años, **2016 y 2017**, la balanza comercial registró un déficit menor para Colombia y, en 2018, éste fue mayor al alcanzar US\$2,395 millones. Es de anotar que desde 2015 la balanza comercial se torna negativa por la caída de los precios internacionales de los productos básicos y por el lento crecimiento económico de la Unión Europea

Asimismo, según Eurostat, en 2019 los principales clientes de los productos colombianos dentro de la UE fueron Países Bajos (€ 1.215 millones), España (€ 983 millones) e Italia (€ 627 millones), seguido de Bélgica (€ 556 millones), Reino Unido (€ 546 millones), Alemania (€ 497 millones), Portugal (€ 367 millones), Francia (€ 328 millones), Irlanda (€ 108 millones) y Polonia (€ 90 millones). En el mismo año, los principales proveedores de Colombia dentro de la UE fueron Alemania (€ 1.658 millones), España (€ 976 millones), Italia (€ 590 millones), Reino Unido (€ 518 millones), Francia (€ 505 millones), Países Bajos (€ 499 millones), Bélgica (€ 395 millones), Austria (€ 131 millones), Rumanía (€ 102 millones) y Suecia (€ 99 millones).

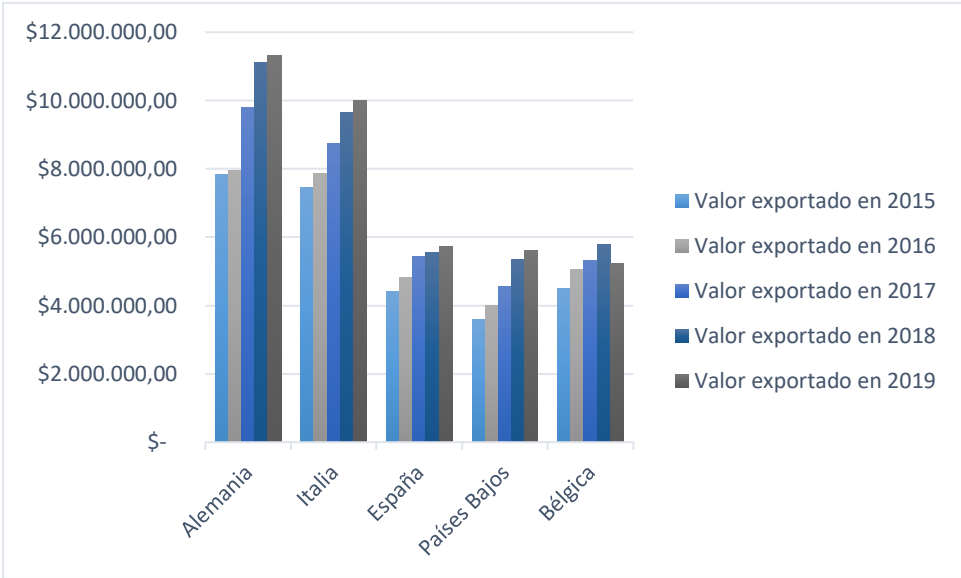
En ese orden de ideas, la oferta de bienes que se exportan a Europa es cada vez más diversa; cerca de 480 nuevos productos colombianos han ingresado desde el 2013 al mercado europeo. Los bienes agropecuarios y agroindustriales son los que más han aprovechado el Tratado Comercial; según ProColombia, las ventas de estos productos han crecido en 21,5% y 52% respectivamente. Uchuva, aguacate, café, flores y bananos son algunos de los productos con mayor dinamismo exportador desde la entrada en vigencia del acuerdo. No obstante, 99,9% de los bienes industriales colombianos tienen acceso

preferencial a la Unión, de los cuales los textiles y las confecciones se destacan por su calidad y reconocimiento, en especial *las fajas y vestidos de baño*.

Principales exportadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea

Ilustración 10

Principales exportadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

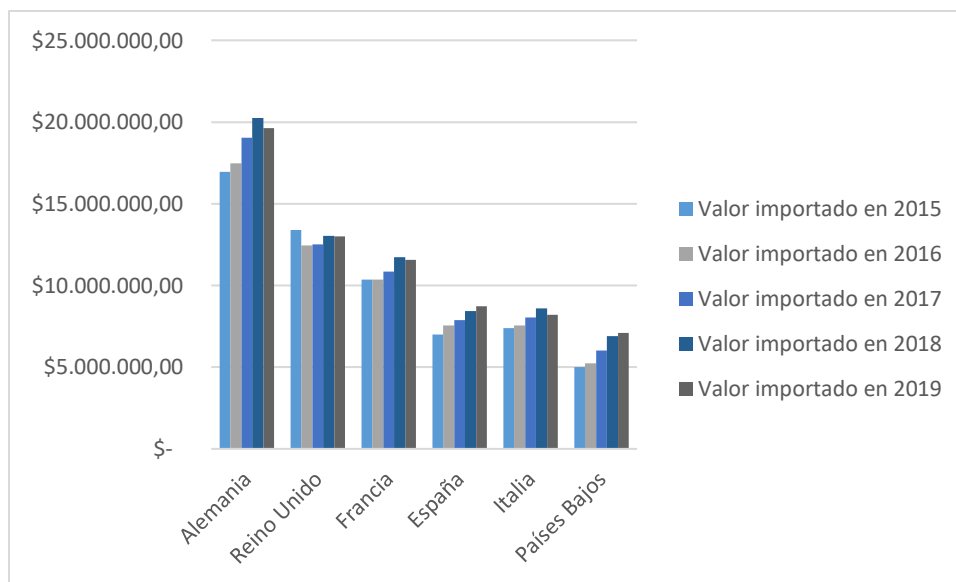
En el grafico anterior, se evidencian los principales exportadores de prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, donde países como Alemania e Italia puntúan como los mayores exportadores, esto se debe a que en Europa se encuentran muchas de las importantes marcas de ropa como H&M, Zara, Adidas, Puma, Dolce&Gabana, Prada, Gucci entre otras, las cuales tiene mucho prestigio y son muy adquiridas en el exterior. Asimismo, son marcas que con el tiempo han marcado tendencia

en la moda y eso explica el aumento en sus exportaciones principalmente en Alemania, Italia y España.

Principales importadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea

Ilustración 11

Principales importadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto dentro de la Unión Europea



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.org, 2021.

En el gráfico anterior, se evidencian los principales importadores de Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, donde destaca nuevamente Alemania como principal importador, luego Reino Unido y Francia, lo cual son países con grandes marcas de ropa ya mencionado anteriormente y porque en países como el Reino Unido, en los últimos años, el sector textil ha experimentado una importante diversificación, por lo que la fabricación textil de este país ocupa una posición importante en las cadenas de suministro de industrias nacionales tan diversas como textiles médicos, construcción/ingeniería civil, vivienda y muebles, entre otros.

PRINCIPALES BENEFICIOS DEL TRATADO CON COLOMBIA EN EL SECTOR TEXTIL

Se logró la desgravación inmediata para el 99.9% de los bienes industriales en el mercado europeo, desde la entrada en vigor del Acuerdo. Este resultado permitirá a los exportadores colombianos aprovechar verdaderamente este mercado ampliado para incrementar sus ventas en sectores de valor agregado como las manufacturas de cuero, textiles y confecciones, plásticos y sus manufacturas, entre otros, y los productos de la pesca, entre ellos los camarones para los cuales se eliminará el arancel actual de 3.6% que registra el SGP Plus.

Requisitos específicos de origen

Sector Textil Confección: A manera transversal, para textiles se pactó una regla que permite la importación de fibras de terceros países, pero el hilado tiene que ser elaborado en las partes. Colombia logró además obtener flexibilidades para la importación de hilados elástoméricos e hilados entorchados de terceros países.

En cuanto a las confecciones, Colombia logró obtener una regla que permite importar los hilados de terceros países, pero la tela debe ser elaborada en las partes que aplica de manera general excepto para los productos “tejidos a forma”. Para estos últimos Colombia logró flexibilidades adicionales en los principales productos de exportación colombianos “tejidos a forma” como **medias, fajas, panties**, entre otros. En estos casos los productores podrán importar tanto el nylon como el elastómero de terceros países que permitirán exportar hasta un total de 605 toneladas anuales de las confecciones mencionadas y que representan 20 veces lo que se exporta hoy a la UE en estos productos.

Estos montos podrán ser revisados para su incremento si se alcanza una utilización del 75%.

Sector Calzado: Se pactaron unas reglas en base a unos precios adecuados donde, por debajo de este precio, la capellada debe ser originaria, y por encima de este precio se pueden importar las partes superiores de la capellada de terceros países para elaborar el zapato.

Marcado y Etiquetado

Sobre el mercado o etiquetado de textiles, confecciones o calzado se acordó que sólo se podrá solicitar la información en etiquetas permanentes sobre el contenido de fibras o de los materiales predominantes de las partes principales, país de origen, instrucciones de seguridad para usos específicos e instrucciones de cuidado. Adicionalmente, las Partes no establecerán requisitos sobre las características físicas o diseño de una etiqueta, obligatoriedad para etiquetar de manera permanente prendas que por su tamaño se dificulte hacerlo o se deteriore su valor u, obligatoriedad para que ambas piezas sean etiquetadas cuando las mismas se comercialicen en pares del mismo material y diseño.

Por su dimensión geográfica, número de habitantes, poder adquisitivo y diversidad cultural, la Unión Europea (UE) constituye el mercado con mayor demanda de productos y servicios. Con una población de más de 500 millones de personas y un PIB1 16%, mayor al de Estados Unidos, la Unión Europea es la primera potencia económica del mundo.

A partir de la entrada en vigencia del Acuerdo, el cien por ciento de las exportaciones de bienes industriales colombianos tendrán libre acceso al mercado europeo y las oportunidades para el crecimiento y conquista de nuevos compradores serán múltiples.

Las ventajas para la industria textil, confección, diseño y moda son amplias si se tiene en cuenta que Colombia es reconocida internacionalmente por la calidad de su materia prima, mano de obra calificada, diseño e innovación. En este sentido, ProColombia ha identificado productos como ropa de control, vestidos de baño, ropa interior, jeans, calcetería, uniformes, manufacturas de cuero, calzado, joyería y bisutería, tienen un importante potencial en el mercado europeo.

Relación comercial entre la Unión Europea y Asia

Tal como lo indica el parlamento europeo, la Unión es la principal economía del mundo y representa más del 20 % del producto interior bruto (PIB) mundial. Gracias al tamaño de su PIB (de alrededor de 14 billones EUR) y a la apertura de su mercado, cuyas exportaciones ascienden a 3 142 000 millones EUR y sus importaciones de bienes y servicios, a 2 842 000 millones EUR, la Unión ha desempeñado un papel central en la configuración del sistema comercial internacional, sobre todo apoyando a la OMC. La apertura económica ha traído consigo ventajas considerables para la Unión, y lo seguirá haciendo, dado que más de 30 millones de empleos en la Unión dependen del comercio exterior y se espera que el 90 % del crecimiento económico mundial en los próximos quince años se genere fuera de Europa. Los nuevos agentes económicos y los avances tecnológicos han transformado profundamente la estructura y los patrones del comercio internacional. En particular, el amplio uso de las tecnologías de la información ha hecho posibles las transacciones de bienes y servicios que antes no podían comercializarse. El comercio exterior ha crecido a pasos agigantados durante los últimos veinte años, alcanzando niveles sin precedentes. En la actualidad, la economía mundial está altamente integrada, y las cadenas internacionales de suministro han sustituido en gran medida al comercio tradicional de productos acabados, (Parlamento Europeo, 2020).

De acuerdo a Xavier Flores (Flores, 2017) en términos económicos, Europa ha representado un mercado importante para los productos chinos. En las tres últimas décadas el comercio de China con la Unión Europea ha representado entre el 10 y 20% del comercio total de la República Popular China. La Unión Europea constituye una de las mayores unidades comerciales del mundo, por lo cual no resulta sorprendente que las exportaciones de la UE sobrepasen a las importaciones desde China. Las cuatro mayores economías de Europa, Alemania, Francia, el Reino Unido e Italia, envían a China entre el 1 y 2% de sus exportaciones. Desde la perspectiva china, la Unión Europea es la alternativa ideal para disminuir su dependencia en Japón y los Estados Unidos. Con la experiencia adquirida y la importancia del mercado chino, China estima poder lograr mejores términos comerciales, préstamos de largo plazo y asistencia, y atraer mayor capital europeo bajo mejores condiciones políticas y menores exigencias que con los Estados Unidos y Japón. Además, las economías de China y Europa son esencialmente complementarias, lo cual reduce las posibles disputas comerciales que a menudo afectan las relaciones entre Japón, los Estados Unidos y China, (Flores Torres, 2017).

COMERCIO EXTERIOR EN LA UNIÓN EUROPEA

Principales socios comerciales de la Unión Europea

Tabla 4

Principales socios comerciales de la Unión Europea — Comercio de bienes en 2019 (millones EUR)

PAÍS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	TOTAL	BALANZA COMERCIAL
EE.UU	\$ 384.435	\$ 231.951	\$ 616.386	\$ 152.484
China	\$ 198.290	\$ 361.855	\$ 560.146	-\$ 163.565
Reino Unido	\$ 318.099	\$ 193.698	\$ 511.798	\$ 124.401
Suiza	\$ 146.775	\$ 110.257.036	\$ 257.036	\$ 36.515
Mundo	\$ 2.132.015	\$ 1.934.944	\$ 4.066.959	\$ 197.071

Fuente: Elaboración propia con datos de la Comisión Europea, 2020

Europa es el mayor exportador de servicios y bienes manufacturados, y constituye también el mayor mercado para las exportaciones de unos ochenta países. El comercio de bienes de la Unión con el resto del mundo alcanzó los \$4.067.000 millones EUR en 2019. Tanto las importaciones como las exportaciones ascendieron con respecto a 2018, pero las exportaciones (72 000 millones EUR) ascendieron en mayor medida que las importaciones (27 000 millones EUR).

El excedente comercial de bienes de la EU-28 fluctuó de 11 000 millones EUR en 2014 a 60 000 millones EUR en 2015 y a 20 500 millones EUR en 2017. En 2018 se registró un déficit de 24 600 millones EUR. La maquinaria y los equipos de transporte

fueron las categorías más importantes tanto para las exportaciones como para las importaciones, seguidos de los productos químicos, en el caso de las exportaciones, y los combustibles minerales, en el caso de las importaciones.

Las exportaciones totales en 2019 aumentaron un 3,7 % con respecto al año anterior, mientras que las importaciones aumentaron un 4,1 %, hasta alcanzar los valores de 3 141 000 millones EUR y 2 842 000 millones EUR, respectivamente. Los Estados Unidos siguieron siendo, con gran diferencia, el destino más importante de los bienes exportados por la Unión en 2019, seguido del Reino Unido, China, Suiza y Rusia. China siguió siendo el principal proveedor de bienes de la Unión en 2019, seguido de los EE. UU. Y del Reino Unido.

La balanza comercial de servicios, al igual que la de bienes, también arrojó un saldo positivo. En 2019, la Unión obtuvo un saldo de 103 000 millones EUR en las transacciones de servicios con el resto del mundo, al haber alcanzado sus exportaciones los 1 010 000 millones EUR y sus importaciones, los 907 000 millones EUR. El comercio de servicios representó el 32 % de las exportaciones y el 28 % de las importaciones de bienes y servicios de la Unión en 2019. Los Estados Unidos, los países de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y Asia fueron algunos de los socios más importantes de la Unión en el comercio de servicios. Según los últimos datos disponibles, el comercio de servicios de la Unión se centró principalmente en tres categorías: otros servicios a empresas, transportes y viajes.

SECTOR TEXTIL EN LA UNIÓN EUROPEA

La UE es el segundo exportador mundial de textiles y prendas de vestir. Las exportaciones extra-UE alcanzaron los 50 mil millones € en 2018. Los productos textiles y de moda de la UE son fabricados con respeto por el medioambiente, por la seguridad del consumidor y los derechos laborales.

Principales empresas Sector Textil-Confección

INDITEX

Dentro del grupo Inditex encontramos las siguientes marcas:

- **Zara:** Marca trascendental para la compañía. La primera tienda se inauguró en A Coruña, en el año 1975. El público objetivo es el de una mujer de mediana edad de corte moderno. Últimas tendencias a precios populares.
- **Pull & Bear:** Busca un público joven, y ha logrado convertirse en un referente dentro del estilo casual e informal.
- **Bershka:** Creado en 1991 busca también atraer a un público joven. Ofrece productos más coloridos y animados que las anteriores firmas.
- **Massimo Dutti:** Se incluye en 1991. Acapara clientes de mediana edad, con nivel adquisitivo importante. Es uno de los pilares del grupo Inditex.
- **Oysho:** Aparece en 2001. Se centra en ropa interior y de estar por casa.

- **Stradivarius:** Adquirida en 1999. Ofrece moda casual para las mujeres jóvenes a precios asequibles.
- **Zara Home:** Para todos los públicos. Productos textiles sobre todo decorativos para el baño o la cama.
- **Uterqüe:** Inaugurada en 2008. Es la última en salir al mercado. Productos de alta costura.

MANGO: Actualmente, MANGO es una **empresa multinacional** que cuenta con 12.000 empleados en todo el mundo y dispone de más de 2.600 puntos de venta en 107 países.

H&M: Hennes & Mauritz AB o simplemente H&M es una cadena multinacional sueca de tiendas de ropa, complementos y cosmética con establecimientos en Europa, Oriente Próximo, África, Asia y América. Cuenta con 4700 tiendas propias repartidas en 69 países.

Principales consumidores de textiles en el mercado europeo

Dinamarca es conocida como el “bridgehead” de los países nórdicos y junto con Suecia representan los mercados más importantes del rubro textil de los 5 países Nórdicos. Esto es en parte debido a la posición geográfica que interrelaciona con el resto de la UE, así también porque son líderes en la industria y lo han sido durante décadas. Noruega ha ganado el reconocimiento mundial como una nación de diseño y la expresión "diseño danés" se utilizan a menudo como marca y es referente de calidad y diseño. En sí los países nórdicos con Noruega a la cabeza se caracterizan por llevar la vanguardia en la moda, y

buscar la funcionabilidad en los diferentes sectores relaciones, como la arquitectura, diseño industrial, muebles, hogar, decoración, arte y moda.

En el rubro textil en conjunto entre la ropa, el calzado y el cuero indican que la moda es la cuarta mayor fuente de exportación de Noruega dentro de las industrias de fabricación. Noruega, el gasto total de los consumidores en la ropa llegó a 4,3 millones de euros (incluyendo impuestos sobre las ventas del 25%) en 2018-2019. En promedio, los daneses gastan anualmente 312 euros por habitante en ropa exterior de punto, que es muy superior a la media de la UE de 240 euros. El gasto promedio de los hogares fue de US\$ 63 523 en 2018. Los noruegos entre 45 y 49 años tienen los mayores niveles de ingreso anuales: US\$ 76 953 en 2018. Las categorías de gasto que se espera crezcan más a 2020 son: Servicios médicos, Transporte, HORECA, Educación y Comunicaciones, (PromPerú, 2019).

Fast Fashion

De acuerdo a Sánchez Vásquez (2020), la industria de la Moda Rápida (MR) se centra en ofrecer los últimos diseños de forma rápida y barata a un gran número de consumidores, los cuales podrán disfrutar de “diseños de tendencia” a precios asequibles. Grandes compañías pioneras en esta industria como H&M y Zara son capaces de adaptar en pocas semanas las innovaciones y estilos mostrados en las principales pasarelas sus líneas de producción, gracias a una adaptación de la filosofía “just in time” y a una estrategia de “respuesta rápida”, (Sánchez Vásquez , 2020).

De este modo, actualmente se ha puesto de moda lo denominado como *fast fashion*, que según la Escuela de Moda ESME (Escuela de Moda ESME), se trata de trasladar las propuestas de las casas de alta costura a las tiendas a un bajo coste en un corto período de tiempo. Este concepto también se entiende como moda desechable, es decir, prendas de realizadas con materiales de bajo coste que permite ofrecer el producto final barato para que llegue a más demandantes. Estas producciones dejan de estar de moda en ciclos muy cortos y los consumidores vuelven para comprar más y no quedarse desactualizados.

Moda Sostenible

En la actualidad existe una necesidad urgente de caminar hacia un modelo de crecimiento económico sostenible. En este sentido, los ciudadanos deben ser conscientes de que sus altos niveles de consumo tienen graves consecuencias a la hora de embarcarse en la senda del desarrollo sostenible. El proceso de sostenibilidad obliga a cambiar al sector de la moda. Cambiar hacia algo menos contaminante, más eficiente y más respetuoso de lo que existe hoy en día; cambiar la escala y la velocidad de estructuras en las que se sustenta y conectarlas entre sí, (Sánchez Vásquez , 2020).

En ese orden de ideas, el perfil de la mayoría de consumidores europeos está orientado a un consumo de moda sostenible, o mejor conocido como moda **“ecofriendly”**. Esta es una tendencia que ha cobrado cada vez mayor fuerza en Europa y en todo el mundo.

EMPRESAS COLOMBIANAS DEL SECTOR TEXTIL EN EL MERCADO EUROPEO

A raíz de la entrada en vigor del Tratado De Libre Comercio con la Unión Europea, múltiples empresas textiles colombianas han tenido la oportunidad de incursionar en el mercado europeo y aprovechar los beneficios comerciales que tiene este tratado. De este modo, se realizó una investigación en la cual se destacaron 5 empresas que han sido pioneras en Europa, debido a que son las textileras que más exportaciones han realizado hacia países como: Países Bajos, España, Reino Unido, Alemania y Francia.

CRYSTAL S.A.S

Ilustración 12

Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE.

Crystal S.A.S es una empresa dedicada a la construcción y comercialización de marcas en Latinoamérica, con más de 50 años de experiencia y tradición. Producen y

comercializan marcas como *Gef*, *Punto Blanco*, *Baby Fresh*, *Galax* y *Casino*. Asimismo, cuentan con una amplia distribución de puntos de venta propios y franquicias ubicadas en Centroamérica, el Caribe y Suramérica, (Crystal S.A.S, 2016).

En el gráfico anterior, se evidencia que la tendencia de las exportaciones a la Unión Europea ha sido positiva para la empresa Crystal S.A.S, en donde se destaca el año 2017 con un alto volumen de exportaciones. La empresa ha exportado a países como España, Reino Unido, Alemania, Países Bajos y Francia con productos como T-shirts y camisetas, pantalones, Bragas de punto de fibras sintéticas y suéteres al igual que las empresas que se mencionaran más adelante. Cabe resaltar, que Crystal es una de las empresas que lideran el top en textiles y sus ventas han sido bastante altas por su innovación en las prendas que produce.

SUPERTEXT S.A

Ilustración 13

Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

Supertext S.A es una empresa global que invierte constantemente en alta tecnología para asegurar la calidad de sus productos a través de diferentes procesos; esta operación es manejada por personal altamente calificado con experiencia en costura. Su operación se ubica en dos plantas industriales en Colombia y otras dos plantas en El Salvador para atender la demanda del mercado global bajo las diferentes necesidades y requerimientos de sus clientes.

Por otro lado, una empresa líder en la fabricación de ropa deportiva para el mercado global, en alianza con proveedores estratégicos en las diferentes categorías que ofrecen las

marcas. En este orden de ideas, menciona Ramiro Botero, gerente Administrativo y Financiero de Supertex:

Que los clientes de la empresa son marcas internacionales como Patagonia, De Denaly, Adidas, Under Armour, entre otros y estas marcas norteamericanas venden sus productos en la UE. Nosotros recibimos instrucciones de despacho directo desde Colombia a los países europeos, es decir que nuestras exportaciones realmente son las que efectúan nuestros clientes a sus tiendas en la UE. (Legiscomex, 2013).

Por lo tanto, al ver el grafico se evidencia que Supertext S.A ha sido una empresa con una larga trayectoria en la industria textil al igual que Crystal S.A.S, y sus altos volúmenes de exportaciones al mercado Europeo lo demuestran, al igual que su forma de llegar a este nicho como lo mencionaba el gerente Administrativo y Financiero de Supertex.

SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL GIRDLE & LINGERIE

Ilustración 14

Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

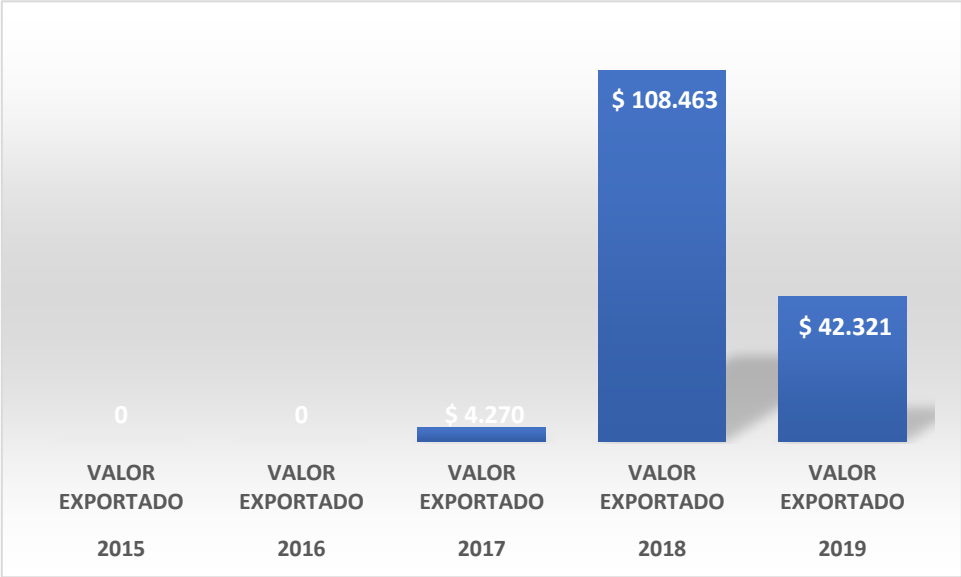
Sociedad de Comercialización Internacional Girdle & Lingerie en adelante **LEONISA**, es una empresa colombiana de ropa interior, cuya presencia internacional es principalmente en mercados latinos. Leonisa es un interesante caso de la forma como una empresa proveniente de un país en vía de desarrollo como Colombia, ha logrado incursionar con éxito en el mundo de la confección internacional con la entrada a Europa en países como España, Portugal, Bélgica y Francia. (Ramirez, 2005).

Por lo tanto, en el grafico se puede evidenciar como las exportaciones de la empresa han ido creciendo con el paso de los años, abarcando nuevos mercados como el europeo, logrando captar gustos y preferencias de los consumidores que en este caso sería la mujer europea, un paso grande después de tener tanta presencia en países latinoamericanos. Asimismo, de acuerdo con el periódico La República (2019), la empresa para 2019 tuvo una facturación de \$509.496 millones. Esta empresa tuvo una de las mayores variaciones del ranking con un crecimiento de más de 500%, esto pone a la empresa en un alto ranking de ingresos.

COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL EL GLOBO S.A.S.

Ilustración 15

Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL EL GLOBO S.A.S es una empresa que ofrece soluciones versátiles de paquete completo, con más de 44 años de experiencia en la industria textil, la cual se ubica en Medellín. Ofrece un amplio portafolio de productos en tejidos de punto y plano, verticalmente integrada y proporcionando a sus clientes la facilidad de tener todos los procesos de su prenda en el mismo lugar. De igual forma, elabora decoraciones estampación, sublimación de tela, bordado, corte laser etc. (CI EL GLOBO, 2018).

Por lo tanto, del grafico anterior se evidencia que la empresa para 2015 y 2016 no exporto al mercado europeo, pero para 2017 a 2019 sus exportaciones aumentaron a Europa, donde su mayor mercado se encuentra en Países Bajos con productos como los pantalones y los suéteres.

LUJANES 21 S.A.S

Ilustración 16

Valor exportado a países de la Unión Europea en un periodo de 5 años (2015-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

LUJANES 21 S.A.S es una empresa en Colombia, con sede principal en Medellín, la cual opera en la fabricación de Prendas de Vestir industrial. La empresa fue fundada en 30 de julio de 2015. Actualmente emplea a 13 (2021) personas. En sus últimos aspectos financieros destacados, Lujanes 21 S.A.S. reportó un aumento de ingresos netos del 33,85% en 2020. (EMIS, 2021)

Cabe destacar, que para ser una empresa pequeña y reciente ha logrado incursionar en el mercado europeo bastante rápido, logrando ingresos altos para 2019 con productos como pantalones de punto, camisetas y suéteres. Por lo tanto, la gráfica evidencia el buen

desempeño que ha tenido la empresa los últimos años aumentando sus exportaciones y probablemente en un futuro ubicándose en las principales empresas textiles exportadoras del país.

CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO EUROPEO

Barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado europeo de productos textiles

1. Reglas de origen sujetas a un contingente

Según el Ministerio De Comercio, Industria Y Comercio, el mercado europeo exige actualmente unas reglas de origen para acceder a los beneficios arancelarios pactados en el Tratado De Libre Comercio con Colombia. En ese orden de ideas, la Unión Europea confiere el origen a las prendas de vestir colombianas por la regla de *double transformation*, según la cual la prenda tiene que ser confeccionada a partir de telas fabricadas con hilados originarios (de Colombia o de la UE). Se deben cumplir 2 requisitos: (i) la tela debe ser fabricada con hilados del país exportador de la prenda, y (ii) la tela debe ser cortada y cosida/ensamblada en el país exportador de la prenda. Se exige que las fibras naturales o sintéticas para la confección de la prenda de vestir sean de producción nacional o importada de la Unión Europea, pero con una tolerancia. Se permite la importación de fibras de un tercer país hasta el equivalente del 10% del peso de la prenda terminada. Colombia obtuvo en el Acuerdo Comercial reglas de origen más flexibles que la regla general para 24 subpartidas arancelarias, denominadas reglas de origen sujetas a un contingente. Dentro de ese contingente, se encuentran ocho subpartidas arancelarias que abarcan algunas prendas de vestir. Colombia podrá reclamar preferencias arancelarias cuando la prenda sea confeccionada a partir de telas fabricadas con nailon o hilados elastoméricos importado de terceros países, dentro de una cuota en toneladas, (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2016).

Barreras No Arancelarias

Dentro de las regulaciones que los productos textiles deben cumplir, se encuentran las siguientes:

- ✓ Directiva General de Seguridad del Producto (GPSD) -
- ✓ 2001/95/CE
- ✓ Marca CE
- ✓ REACH (registro, evaluación, autorización y restricción
- ✓ de productos químicos) - EC1907 /2006
- ✓ Equipo de protección personal (PPE) - Directiva 89/686
- ✓ / EEC (re. ropa y calzado de trabajo / seguridad)
- ✓ Reglamento sobre biocidas (BPR) - UE 528/2012 (que
- ✓ modifica el reglamento 334/2014)
- ✓ Directivas europeas de etiquetado (ver sección sobre
- ✓ etiquetado)

2. Requisitos de etiquetado para productos textiles

El Reglamento (UE) No. 1007/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo del 27 de septiembre de 2011 sobre denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos tiene por objetivo garantizar que los consumidores puedan conocer la composición precisa de las fibras de los productos textiles, los cuales son todos aquellos en estado bruto, semielaborado, elaborado, semimanufacturado, manufacturado, semiconfeccionado o confeccionado que estén

compuestos exclusivamente por fibras textiles, cualquiera que sea el procedimiento de mezcla o de ensamblaje utilizado, (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2016).

Adicionalmente, los siguientes productos son tratados como textiles:

- a. Los productos en los que al menos un 80 % de su peso esté constituido por fibras textiles;
- b. los recubrimientos de muebles, paraguas y sombrillas en los que al menos un 80 % de su peso esté constituido por componentes textiles;
- c. los componentes textiles de capas superiores de los revestimientos para suelos con varias capas, de colchones y de los artículos de acampada, siempre que dichos componentes textiles constituyan al menos el 80 % del peso de dicha capa superior o revestimientos;
- d. los productos textiles incorporados a otros productos de los que formen parte integral, en caso de que se especifique su composición

Requisitos generales del etiquetado y marcado

Al introducir un producto textil en el mercado, el fabricante, distribuidor o importador deben garantizar el suministro de la etiqueta o marca que indique la composición en fibras del producto. La información debe ser exacta, no engañosa y fácilmente comprensible.

La etiqueta o marca debe ser duradera, legible, visible, accesible y, en el caso de una etiqueta, con apego seguro. Además, se facilitará en la lengua o lenguas oficiales del Estado Miembro de la UE en el que se ofrece al consumidor, a menos que sea proporcionada por el Estado Miembro específico.

Adicionalmente, en las etiquetas se deberá especificar la información en el idioma oficial de la región donde se comercializa el producto para determinados mercados (Ejemplo: para el mercado de Bélgica se deberá incluir francés para la región de Valonia, holandés para la región flamenca, francés y holandés en la región de Bruselas y alemán para la zona d'Eupen- Malmédy).

La información proporcionada en las etiquetas no debería contener abreviaturas, con la excepción del código de procesamiento mecanizado, o cuando Las abreviaturas estén definidas según estándares internacionales.

Para los productos textiles enumerados en el Anexo V del Reglamento (UE) N° 1007/2011, el etiquetado o marcado con el nombre o fibra de composición no es obligatoria, (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2016).

3. Vigilancia del mercado

Las autoridades de vigilancia del mercado verificarán la conformidad de la composición en fibras de los productos textiles con la información provista de acuerdo con los métodos para análisis cuantitativos establecidos en el Anexo VIII del Reglamento (UE) No. 1007/2011, en cualquier etapa de la cadena (despacho de aduanas, almacenaje, venta al por mayor o menos, etc.)

Cuando se establezcan y se realicen pruebas de porcentajes de las fibras es necesario aplicar las tolerancias aceptadas convencionalmente en su Anexo IX para la masa anhidra de cada tipo de fibra. Los productos enumerados en su Anexo VII (Ej: partes no textiles, botones, accesorios, decoraciones, etc.) no se tendrán en cuenta para la determinación de la composición de la fibra.

4. Normas técnicas

En el caso de los textiles utilizados como equipo de protección personal, se debe cumplir con los requisitos esenciales de salud y seguridad referentes al diseño, fabricación, materiales, pruebas, instrucciones, etc. establecidos en la Directiva 89/686/ CEE del Consejo, la cual se aplica a los dispositivos o aparatos destinados a ser llevado por un individuo para la protección contra los riesgos de seguridad y salud, y previstos para el uso profesional y/o privado, (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2016).

CAPITULO 3: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA

El diagnóstico estratégico busca, a partir de la información que ya se ha recopilado en los capítulos anteriormente desarrollados, plantear decisiones estratégicas más apropiadas para direccionar al sector textil hacia una mayor competitividad. De este modo, se empleara como instrumento de medición de competitividad los **12 Pilares del Foro Económico Mundial** y se realizara un análisis diagnostico a través de la **matriz DOFA** (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) que se presentas n en el sector textil y de confecciones en Colombia.

12 Pilares de la Competitividad Foro Económico Mundial

El Índice Global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial (FEM), mide la capacidad que tiene un país de generar oportunidades de desarrollo económico a los ciudadanos. Este se mide los factores que impulsan la productividad y proporcionan las condiciones para el progreso social y la agenda de desarrollo sostenible.

A partir de 2018, se realizó un cambio de metodología, respecto a la forma en que se venía construyendo el Índice en años anteriores, por lo que se evalúa a través de los siguientes 12 pilares:

Estos **12 pilares de la competitividad** son:

Ilustración 17

12 Pilares de la Competitividad



Fuente: World Economic Forum, 2019.

- Entorno Institucional
- Infraestructuras
- Ambiente macroeconómico
- Salud y educación primaria
- Educación superior y especializada
- Eficiencia de los mercados
- Eficiencia del mercado laboral
- Desarrollo del mercado financiero
- Adaptación tecnológica
- Tamaño del mercado
- Sofisticación de los negocios
- Innovación

De este modo, cada indicador o "pilar" utiliza una escala de 0 a 100 para mostrar qué tan cerca está una economía del estado ideal o "frontera" de competitividad en esa área.

Resultados Índice Competitividad Global 2019

De acuerdo con el reporte para el año 2019, a nivel mundial, Singapur se convirtió en el país más competitivo, superando a Estados Unidos que se ubicó en segundo lugar (perdiendo una posición, respecto al año anterior). Luego sigue Hong Kong SAR en el tercer puesto (ascendiendo un lugar), Países Bajos en el cuarto (subiendo dos puestos) y Suiza (que disminuyó un lugar).

De acuerdo al informe del Foro Económico Mundial (2019), en América Latina, Chile lidera el grupo de los países más competitivos en la región (posición 33), seguido por México (48), Uruguay (54), Colombia (57) y Costa Rica (62). Los últimos de la región son Nicaragua (109) Venezuela (133), (World Economic Forum, 2019).

Resultados Colombia - Índice Competitividad Global 2019

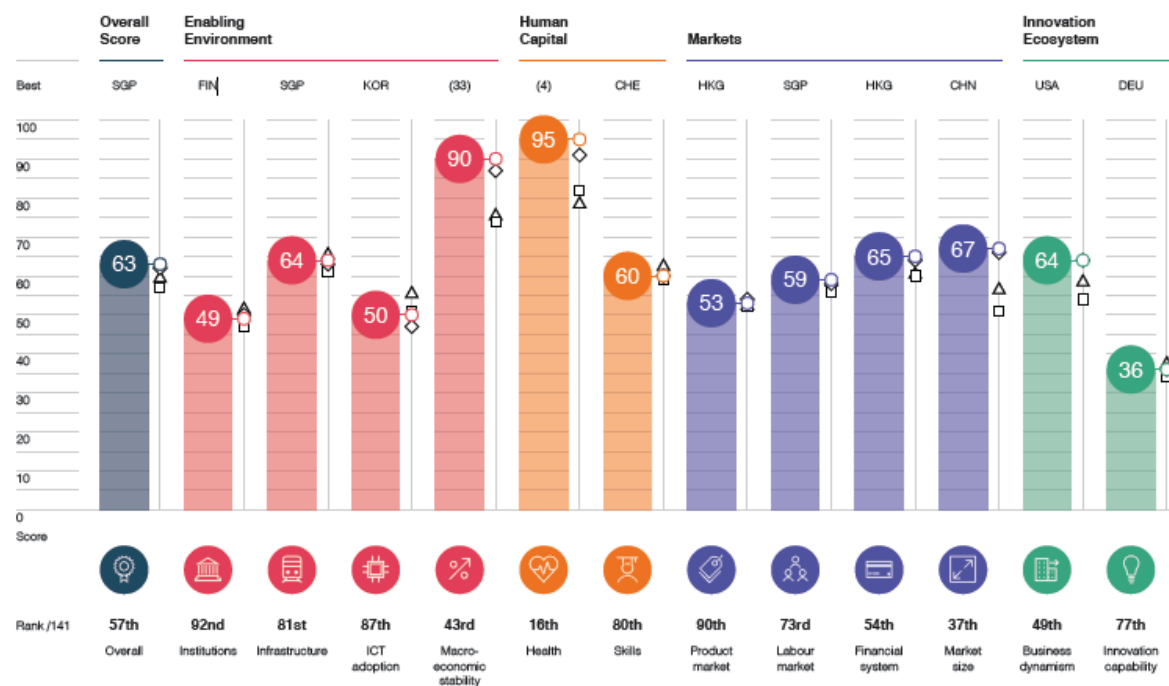
Este año, Colombia ocupa el puesto 57 entre 141 economías, aumentando 3 posiciones frente al año anterior (posición 60 entre 140 el año pasado), luego de Brunei Darussalam (posición 56) y seguido por Azerbaiyán (posición 58). El país asciende un puesto en América Latina, ubicándose por primera vez en 14 años, como el cuarto país más competitivo de la región (teniendo en cuenta el cambio de metodológico realizado en 2018). Además, Colombia junto con República Dominicana (ascendió 4 posiciones) y

Brasil (ascendió 1 posición), fueron los únicos países que mejoraron su ranking en la región, (World Economic Forum, 2019).

Se resalta la mejoría de Colombia, debido a que elevó su puntaje en 10 de los 12 pilares medidos por el índice, en los que se destaca el de Salud, Estabilidad Macroeconómica, Infraestructura y Tamaño.

Ilustración 18

Resultados World Economic Forum 2019



Fuente: World Economic Forum, 2019.

En ese orden de ideas, se realizó un análisis a través de los 12 pilares de competitividad para hacer un diagnóstico del sector textil en Colombia y medir que tan competitivo es.

12 PILARES DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TEXTIL DE COLOMBIA

Entorno institucional

La principal debilidad del sistema moda, y la evidencia más grande de su frágil estructura, es el nivel de informalidad del sector. El mercado está dominado por pocos y grandes grupos empresariales y a la vez existen muchos y pequeños grupos familiares con talleres aislados con operación a pequeña escala, cuya herencia cultural considera la formalización como un riesgo para su subsistencia y en donde la capacitación es a través de la experiencia y no académica o profesional. En particular para el caso de la confección, los lazos entre estos pequeños productores y las grandes superficies de comercialización son escasos y son ellos mismos quienes de manera informal realizan la comercialización de sus productos.

Asimismo, es importante mencionar el poco conocimiento que los empresarios, tanto formales como informales, tienen de las instituciones e instrumentos de política ya existentes que podrían brindar el acompañamiento necesario para hacer de su actividad un negocio rentable y productivo y por tanto al sector menos informal. En este mismo sentido, pocos conocen los alcances e instrumentos que para la formalización tiene el gobierno.

Por otro lado, los empresarios expertos en el sector, señalan que pocas empresas cumplen con el procedimiento de **registro de marcas** en el sistema moda, lo que indica un riesgo muy fuerte de copia de diseños y utilización fraudulenta de marca. No sólo las pequeñas marcas se ven afectadas por este problema. Inclusive las grandes empresas no registran su marca de forma apropiada ante la SIC, de allí que abren un gran espacio a la utilización indebida de su marca sin riesgos de penalización. La debilidad en el manejo y registro de marcas, incentiva los fenómenos de piratería y contrabando, y la realidad del sector se caracteriza por la falta de control y fiscalización de las autoridades de control ante estos fenómenos. Las prácticas de piratería y contrabando encuentran respaldo continuo en la falta de educación del consumidor acerca de las consecuencias de comprar calzado y prendas de cuero con utilización fraudulenta de marca o de contrabando. La constante demanda de estas prendas incentiva la informalidad productiva, así como la empresarial y laboral, (Colombia Productiva, 2015).

Por otro lado, es importante reconocer que el gobierno sí ha gestionado programas para el sector textil con la finalidad de ayudar a fortalecerlo competitivamente, a través de las Cámaras de Comercio, el Programa de Transformación Productiva (PTP), entidades como ProColombia, el SENA, entre otros. Todos brindan capacitaciones por medio de exposiciones y talleres, que permiten a los productores conocer el comportamiento del sector; sin embargo, estas iniciativas no son suficientes, pues aunque adquieren información que posibilita o incentiva el ejercicio de vigilancia tecnológica (una de las herramientas que favorece la innovación con el diseño, la selección e implementación de estrategias), (Castro Mina M. C., 2018).

Infraestructura

Los bajos niveles de inversión y la baja calidad de la infraestructura, son los principales obstáculos que no le han permitido al país ser competitivo en materia de transporte, según un estudio realizado por Fedesarrollo y cuyos resultados fueron divulgados durante el Congreso Nacional de Infraestructura.”(Baja calidad de la infraestructura afecta competitividad, 2012). Sabiendo de la débil infraestructura que apenas se está tratando de mejorar, el costo del transporte y se le suma a la coyuntura del sector la reventa de prendas de vestir y el contrabando.

En cuanto a las regiones con oportunidades para el sector textil y confección se encuentran las regiones del Atlántico, Antioquia, Cundinamarca, y Valle de Cauca. Cada una de estas regiones cuenta con una ciudad en especial con determinadas ventajas competitivas. En la región del Atlántico participa Barranquilla que cuenta con la infraestructura exportadora, ya que propicia el acceso al Atlántico por los puertos de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. También cuenta con el soporte del Aeropuerto Internacional Ernesto Cortissoz.

En la región de Antioquia se encuentra Medellín, la cual es el principal centro de confección del país y el segundo en textil. Además cuenta también con el Aeropuerto con infraestructura exportadora de confecciones; Aeropuerto Internacional José María Córdova. Así mismo 16 Medellín se caracteriza por tener un cluster textil y confección consolidada.

Por otro lado Medellín cuenta con ferias internacionales como Colombiamoda y Colombiatex.

En la región de Cundinamarca es representada por la ciudad de Bogotá. Debido a que es el principal centro textil del país. Igualmente cuenta con el Aeropuerto Internacional El Dorado, el cual es el primero en movimiento de carga en Latinoamérica. También cuenta con ferias internacionales como la Semana internacional de la moda y Salón de la moda.

En la región del Valle del Cauca es representada por la ciudad de Cali. Ya que tiene infraestructura exportadora mediante el acceso al Pacífico por los puertos de Buenaventura y el Aeropuerto de Alfonso Bonilla Aragón. También cuenta con ferias de moda como los es Cali Exposhow, (Gomez Díaz, 2015).

Los principales centros de producción están ubicados a grandes distancias de los puertos y la infraestructura de transporte actual puede mejorarse.

Ambiente macroeconomico

Colombia enfrenta un entorno industrial en el que las importaciones de bajo costo y la eliminación de las barreras comerciales disminuyen la rentabilidad interna. Casi todo el segmento de textiles ha respondido a estas fuerzas competitivas trasladando las instalaciones de producción al extranjero, por lo que la competitividad actual del país se ve limitada y faltan planes de acción que enfrenten la competencia a todos los niveles, no solo con bajos precios, sino con calidad, infraestructura y mayor apoyo a la Industria Nacional a pesar de la apertura económica existente, sacando provecho de está pasando de ser amenaza a oportunidad.

Con estos precedentes notamos las grandes amenazas y debilidades del sector textil tanto a nivel global, por los bajos costos ofrecidos por la competencia internacional y la ilegalidad con el contrabando en el país, a pesar de los esfuerzos de las autoridades siguen existiendo cifras de pérdidas millonarias por este delito; y uniéndose a estos dos factores principales que afectan a la Industria, existe la gran competencia que representan las industrias extranjeras, en especial la Industria china, que es la principal exportadora del mundo y representa casi la mitad de la importaciones a Colombia, así como ofrecen los precios más bajos de todo el mercado global, siendo la principal amenaza y competencia real de la industria colombiana, (López Amaya, 2020).

Salud y educación primaria

Otro factor que afecta de manera importante al sector tiene que ver con el personal, ya que al pertenecer a una industria intensiva en mano de obra, éste ítem pasa a ser uno de los más sobresalientes, debido a que en Colombia los costos laborales no salariales como la seguridad social y las prestaciones sociales, incrementan la carga laboral en aproximadamente un 39% con respecto al salario mensual; costos que comparados con otros países son elevados. En Latinoamérica, después de México y Argentina, Colombia es el país que tiene los mayores impuestos asociados al trabajo. De hecho, Colombia es el país de América Latina con los mayores costos laborales no asociados a la seguridad social.” (I.N.C, 2012-2013, p. 93).

Lo anterior también implica la aparición de figuras informales de empleo según lo que afirma Fedesarrollo citado por el Informe Nacional de Competitividad, muchas empresas con el propósito de evadir los costos laborales no salariales, acuden a formas de

contratación temporales o indirectas que aunque satisfacen la demanda de mano de obra a bajos costos, configura para los empleados una inestabilidad laboral y económica e incluso desincentiva a los empresarios a establecerse formal y legalmente.

Según un estudio realizado para Bancoldex en el año 2015, se evidencia que la industria de la confección se caracteriza por la actividad de múltiples y pequeños talleres cuyos propietarios son grupos familiares que tienen poca o ninguna formación en emprendimiento y que muchas veces operan bajo la figura de contratación a destajo, en donde no existe un contrato formal de trabajo y por lo tanto no hay pago de los correspondientes aportes a seguridad social de sus trabajadores. Adicionalmente ven en la formalización un riesgo a su forma de vida y costumbres. Se evidencia entonces una barrera evidentemente cultural a la actividad empresarial formal, (Colombia Productiva, 2015).

Por otro lado, este estudio también identifico que son pocos los trabajadores clasificados como cuenta propia, que están vinculados a la totalidad de sistemas de seguridad social, sin embargo, cuando el análisis se concentra únicamente en el aseguramiento en salud, el 82% de estos trabajadores afirma estar cubierto, de los cuales el 62% se encuentra en el régimen contributivo, 34% en el régimen subsidiado y el 4% es parte de un régimen especial. En el caso de los empleados, el 91% se encuentra afiliado al sistema de salud, de los cuales el 61% está afiliado al régimen contributivo, el 37% al régimen subsidiado y el restante 2% hace parte de un régimen especial, o simplemente no sabe o no responde la pregunta respectiva en la encuesta. El alto nivel de informalidad

laboral se fundamenta entonces en el bajo nivel de aseguramiento por parte del Sistema de Seguridad Social en Pensiones y el sistema de aseguramiento de riesgos profesionales.

La informalidad tiene un impacto negativo sobre la generación de empleo y la calidad del mismo debido a que operan en una escala inferior a la óptima. Es fundamental entonces, crear conciencia de que existen costos a la formalidad en Colombia que podrían reducirse. Estos costos incluyen el exceso, diseño poco técnico y complicación de los tributos en Colombia, incluyendo los impuestos a la nómina.

Educación social y especializada

La industria textil tiene como pilar una intensiva mano de obra, la cual se necesita mayormente para realizar actividades de ensamble. Sin embargo, la ausencia de educación y el escaso vínculo entre los programas de capacitación y las necesidades de la industria son determinantes relevantes de la presencia de informalidad en el sector. De acuerdo con los expertos del sector y sus consideraciones en las preguntas a profundidad, la informalidad laboral es fuerte en el sistema moda debido a los bajos niveles de calificación que se necesitan para trabajar en las pequeñas unidades de producción. Asimismo, los programas de capacitación actualmente ofrecidos por las instituciones educativas relevantes, no son la respuesta a las necesidades de cambio tecnológico que reclama el sector. La incidencia de los dos determinantes listados, se fortalece por la falta de control y coordinación por parte de las autoridades de control, (Colombia Productiva, 2015).

Eficiencia del mercado laboral

La industria manufacturera es uno de los pilares de la economía colombiana, ya que representa un gran porcentaje anualmente dentro PIB del país y es la que representa una buena parte del empleo en Colombia. Sin embargo, este sector ha tenido altibajos debido a que algunas industrias de productos no tradicionales, no han tenido el apoyo total del Estado o desconocen de programas que impulsen las exportaciones de estas empresas. Por lo tanto, es importante el crecimiento y desarrollo en estas industrias para lograr incursionar en otros mercados, generar más empleo y asimismo, aumentar las exportaciones de este sector.

En este orden de ideas, la industria textil y confecciones en cuanto a la generación de empleo para 2019, el número de personas desempleadas era alto debido a los bajos niveles en la fabricación de prendas (Laguna, 2019).

Uno de los factores que influye negativamente en esta baja en la producción es el contrabando, ya que la mercancía textil que entra al año al país de manera ilegal, llega alrededor de los 6 billones de pesos, según esta cifra el contrabando tiene la tercera parte del mercado textil ya que 18 billones es el total del mercado nacional, los importadores legales cuentan con un 35% y los empresarios formales tienen el otro 30%. (EL Nuevo Siglo, 2019).

Por otro lado, según la encuesta de la industria manufacturera realizada por el DANE en 2017, la escasa fabricación de prendas de vestir es también un efecto de las empresas que se han visto en la necesidad de ir a liquidación y reestructuración, para la Cámara Colombiana de Confecciones y Afines (CCCyA) (Laguna, Efectividad de las metas propuestas por el estado en el ods 8 trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo , 2019). De este modo, la baja capacidad de producción o fabricación de prendas de vestir se debe a que con el tiempo se han incrementado las importaciones de textiles del continente asiático como China y Vietnam debido al bajo arancel que manejan o que aplican a los productos. Cabe resaltar, que:

En países como México, Brasil, Ecuador y Estados Unidos tienen acuerdos comerciales y aranceles por encima del 35% para ayudar a frenar la entrada desmedida de productos a sus territorios, en Colombia no se tiene un acuerdo comercial con países asiáticos y el arancel está en un 15%, lo que beneficia más a quienes traen mercancía que a las empresas que siguen fabricando en el país. (Laguna, Efectividad de las metas propuestas por el estado en el ods 8 trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo , 2019).

De este modo, factores como el contrabando, las importaciones de países asiáticos y el bajo arancel aplicado a productos textiles, han traído a este sector puntos negativos en cuanto a la generación de empleo en Colombia, ya que, en el 2017:

El sector textil generaba un aporte a la tasa de empleo del 21.35% después de haber estado en el año 2005 en un 32,5%, esto significa que en ese lapso de 12 años se descontaron más de 600 mil puestos de trabajo. Según cifras del DANE en 2016 el sector contaba con 606.752 empleos formales, y para final de 2018 solamente se disponía de 542.321 puestos de trabajo, en otras palabras se perdió cerca del 10,6% de la ocupación laboral formal del sector textil. (Laguna, Efectividad de las metas propuestas por el estado en el ods 8 trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo , 2019).

También, cabe resaltar que, en el sector de confecciones, así como en otros sectores económicos de país las empresas o corporaciones han estado incentivadas y a la vez desafiadas de crear estrategias, las cuales reflejen la responsabilidad social empresarial que cada una aplica ya sea con programas o herramientas que les permitan generar empleo y buenas condiciones laborales con el ideal de crear un buen ambiente de trabajo a futuro y mantener una reputación. Sin embargo, aún hay algunos factores que impiden la consecución de esas estrategias para las empresas como los costos de mano de obra, informalidad laboral, falta de capacitaciones, entre otras que muestran un bajo desempeño en el sector. (Gutiérrez Mejía & Colmenares Botía, 2018).

Por tal motivo, es importante que se den capacitaciones, auditorias o procesos de verificación laboral, los cuales presenten la actual situación del sector y así fortalecer o

potencializar todo ambiente laboral dentro de los parámetros de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

Por otra parte, conforme con el TLC Colombia- Unión Europea y de acuerdo con la Escuela Nacional Sindical:

En los 6 años de la vigencia del TLC no ha habido cambios significativos en materia de empleo. Poco se ha hecho para fomentar la formalidad laboral e impulsar relaciones de trabajo decente. Pese a las presiones de instancias internacionales (los TLC, OCDE y otros), el Mintrabajo no ha sido efectivo en reducir estos flagelos. Si bien las relaciones laborales ilegales se redujeron: pasaron de 16,7% en 2013 a 9,7 en 2018, aún hay más de 2 millones de trabajadores excluidos de sus derechos laborales básicos. (Gutiérrez Mejía & Colmenares Botía, 2018)

De lo anterior, es bastante precario que esta aun sea la situación de todo un país, ya que las relaciones laborales ilegales siguen estando presentes y esto se debe a que resoluciones del Ministerio del Trabajo o leyes del Congreso permiten aun prácticas que vulneren los derechos laborales. La estructura de capital de las compañías es, a su vez, un tema ampliamente estudiado por las escuelas de administración y finanzas, dado que las decisiones de financiamiento de estas pueden influir en su valor de mercado, y en su capacidad para mantenerse vigentes a través del tiempo. (Jimenez Pulido & Vásquez Barrera, 2018).

Desarrollo en el mercado financiero

La estructura de capital de las compañías es, a su vez, un tema ampliamente estudiado por las escuelas de administración y finanzas, dado que las decisiones de financiamiento de estas pueden influir en su valor de mercado, y en su capacidad para mantenerse vigentes a través del tiempo, (Jimenez Pulido & Vásquez Barrera, 2018).

En este orden de ideas, un reporte del desempeño financiero más reciente del sector textil (2018), evidencia un análisis financiero de las empresas textiles en Colombia con base a información recolectada por la Superintendencia de Sociedades, la cual menciona que se realizó un análisis de 518 empresas pertenecientes al sector textil por ingresos operacionales, las cuales dieron su reporte financiero con corte a 31 de diciembre de 2018, de acuerdo con las normas internacionales de información financiera (NIIF), (Superintendencia de Sociedades, 2019).

En cuanto a las 518 empresas, estas se clasifican en Grande, Mediana, Pequeña y Micro, en donde se evidencia que:

Las empresas más representativas son las medianas con un total de 311 compañías e ingresos por \$3.546 mil millones de pesos, ahora bien, medido en términos de ingresos operacionales la porción más grande es abarcada por las grandes empresas con \$17.222 mil millones de pesos (172 empresas). En cuanto a las pequeñas y micro únicamente del total de empresas e ingresos operacionales cuentan con un 0,4% de participación y \$81 mil millones de pesos respectivamente, (Superintendencia de Sociedades, 2019).

De este modo, es claro que las Grandes y Medianas empresas son las que generan más ingresos dentro del país. Por otro lado, al analizar las fuentes de financiamiento que han usado las empresas en un periodo de tiempo de 3 años (2016-2018), estas se dividen en pasivos con un 58,4% y patrimonio con un 41,6%, esto indica que las empresas textiles se han financiado los últimos años con deuda de terceros, préstamos etc. (Superintendencia de Sociedades, 2019).

En términos generales, se plantea en el informe que en el sector textil, aumentaron los activos en 0,8%, los pasivos aumentaron un 2,2% y el patrimonio disminuyó en 1,1%, lo que quiere decir que las empresas han estado empleando más pasivos que patrimonio para apoyar sus activos en ese periodo de tiempo.

Adopción de la tecnología

Actualmente el sector Confección-Textil está en su punto de transformación tecnológica, ya que, en un mundo tan globalizado, las economías empiezan a cambiar sus modos de producción, aplicar estrategias tecnológicas que impacten o a crear nuevas tendencias debido a la demanda continua del mercado.

En este orden de ideas, en un informe llamado Tecnologías avanzadas aplicadas al Sistema Moda por el Ministerio de Comercio, ANDI, Innpulsa, entre otros mencionan que la cuarta revolución industrial es la clave de la evolución y la adopción de la tecnología hoy en día, ya que:

Permite la digitalización e interconexión de cada fábrica, cada máquina, cada componente y cada pieza involucrada en el proceso productivo. Para el sector textil esto representa una gran oportunidad para ponerse a la vanguardia de los avances tecnológicos y de manufactura que implican la incursión en una nueva gama de materiales avanzados, inteligentes y de alto rendimiento, en los que la adopción de procesos confiables, precisos, autónomos y libres de fallas se convierten en una necesidad, más aún cuando se tienen usuarios finales tan exigentes como la industria aeroespacial, la automotriz y el sector médico, (Ministerio de Comercio, ANDI, Innpulsa, 2020).

De este modo, se plantea en el informe una serie de transformaciones o adopciones tecnológicas que en el sector textil han estado aplicando o que empezaran a aplicar como:

- El uso de componentes activos de nanotecnología, lo que implica que las prendas de vestir no sólo leerán o percibirán el ambiente, sino que reaccionarán ante diferentes estímulos generando cambio en su estructura, transformando su resistencia, densidad, color y demás propiedades físicas de las telas.
- Además, los textiles contarán con tecnología para recargar dispositivos: en las fibras de los tejidos de las prendas de vestir se incorporará un tipo de tecnología que permitirá absorber, cargar, almacenar y crear zona de capacitancia entre los hilos de los tejidos, lo que posibilitará recargar dispositivos portátiles como celulares, manillas inteligentes, dispositivos usables, entre otros.
- Finalmente, nueva generación de textiles capaces de captar información mediante sensores para posteriormente enviarla al teléfono inteligente del usuario,

trascendiendo la función protectora de la prenda. Ej: Sensores para pulso cardíaco, nivel de oxígeno en la sangre y actividad muscular.

Por otro lado, Lorenzo Velásquez, director de conocimiento y transformación de Inexmoda, habla en La Nube de BLU Radio sobre la importancia de la tecnología en la industria textil, el menciona que, “La tecnología de la Cuarta Revolución Industrial no solo ha sido importante para la industria textil, sino para todas en general. También debemos entender que este mercado y el de la moda tiene una cadena de valor muy larga” (BLU Radio, 2020). Asimismo, Velásquez mencionó algunos cambios nuevos que tendrá Colombiatex con base a la tecnología y es que se están montando alianzas con varias empresas que tienen que ver con la robotización porque son las manos automáticas para procesos industriales en la industria de la confección y prototipos digitales. Es decir, para que ya no se hagan pruebas físicas, sino de manera virtual destaca. (BLU Radio, 2020)

Tamaño del mercado

El sector textil en Colombia en cuanto a su producción y ventas en los últimos años ha tenido altibajos, pero se ha logrado recuperar poco a poco, ya que como se mencionaba anteriormente el contrabando o las importaciones de países asiáticos son factores que perjudican la industria nacional. De este modo, en cuanto al mercado interno según Inexmoda, la industria textil se concentra principalmente en ciudades como Medellín y Bogotá, pero en términos generales, las empresas de textiles y confecciones se encuentran en otras ciudades como Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga.

Cabe resaltar, que empresas como Coltejer y Fabricato – Tejicondor, las cuales son de las principales empresas textiles y más viejas del sector ubicadas en Antioquia trabajan a partir de algodón y sus mezclas, en las que se produce el 34% del tejido nacional. De igual modo, en Bogotá se concentran las productoras de tejidos de punto, a partir de mezclas de algodón y fibras sintéticas. (Espinel, Aparicio, & Mora, 2016)

En cuanto al mercado exterior, la industria textilera colombiana ha llegado a varios mercados como Estados Unidos principalmente con productos como los Jeans debido al TLC que tienen ambas partes, también se encuentran países como México, Argentina, Brasil, Ecuador, Rusia, Alemania, Francia, Reino Unido y Canadá interesados en la calidad y los productos del sector textil en Colombia. De tal modo, que la industria textil representa más del 5% de las exportaciones de Colombia, convirtiéndose en el sector más importante de productos no tradicionales exportados al exterior, (ProColombia, 2018).

Finalmente, según SICEX, otro de los productos que más demanda ha tenido en el mercado exterior ha sido la ropa interior, la cual ha tenido un auge bastante amplio ya que al ofrecer diferentes diseños que se acomoden a las necesidades de los clientes hacen que este mercado colombiano compita con marcas reconocidas como Calvin Klein y Emporio Armani (SICEX, 2019)

Sofisticación de los negocios

Dentro de una buena red de negocios se encuentran proveedores, fabricantes, empresas e instituciones interconectadas, las cuales crean toda una red o canal de distribución que hace competitiva cualquier industria y asimismo, son clave en la cadena de suministro. En este orden de ideas, de acuerdo con Rubén Augusto Valencia, director del Cluster Moda y Fabricación Avanzada menciona que para un buen funcionamiento de inventario y sin acumulaciones de productos no vendidos, lo cual al final genera un incremento en los costos, es fundamental la gestión de la información que le permita a la gerencia reaccionar a tiempo y conocer los requerimientos y necesidades reales del cliente, de tal manera que no se confeccionen en grandes cantidades las prendas con menor ventas (Valencia, 2020). Por lo tanto, para el proceso de logística de una empresa del sector textil la tendencia es:

Conectar toda la cadena de proveedores a un sistema de información, aquí se hace necesario la negociación a mediano y largo plazo y la generación de lazos de confianza entre la empresa cliente y sus proveedores. Así entonces la empresa cliente deberá compartir información sobre las líneas de productos más vendidas, pero de esta manera el proveedor podrá garantizarle a su empresa cliente el acceso a la materia prima de esos productos que realmente se comercializan. De allí la importancia de crear lazos de confianza y respeto. A su vez, basados en el modelo de abastecimiento bajo demanda se permitirá que los almacenes tengan las prendas más solicitadas y con ello se aumenten las ventas. Esto implica un proceso de logística de mayor frecuencia con la tienda, pero se garantiza las referencias de mayor venta, (Valencia, 2020).

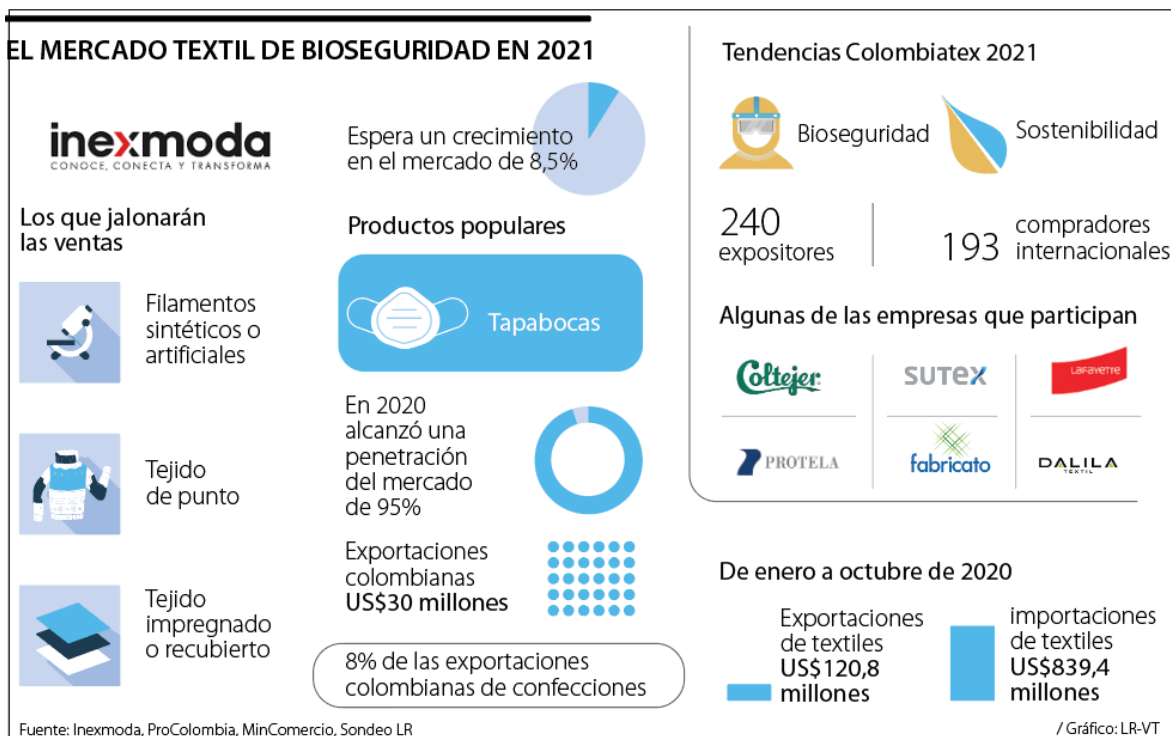
De este modo, es importante la creación de vínculos de confianza entre empresarios u proveedores para aumentar la competitividad del sector y abrirse a nuevos mercados, por medio de programas que mejoren los procesos de abastecimiento. Un sistema utilizado por las empresas de confecciones es el Justo a Tiempo (JIT), el cual representa una herramienta de gran valor porque permite a las compañías responder a los clientes con precios cada vez más bajos y con una calidad mayor, y promueve que las unidades de mercancía lleguen justo cuando se requieren. (Zuluaga-Mazo, Cano-Arenas, & Montoya-Peláez, 2019)

Innovación

Actualmente, la pandemia ha afectado de manera considerable a este sector. De tal modo, que muchas empresas o almacenes tuvieron que cerrar o detener su producción, sin embargo, las empresas con el tiempo se han ido reinventando e innovando para seguir cubriendo las necesidades de los consumidores. Por lo tanto, se presentan ejemplos de empresas que se ha reinventado debido a la contingencia (Bancolombia, 2020):

- **Brasieres Cuup** hace videoconferencias brindando asesorías sobre el tipo de brasier que favorece a cada persona y luego vende sus productos en línea.
- **Brideside** diseñó una asesoría desde casa para vestidos de novia.
- **Maaji**, una marca de vestidos de baño, lanzó una chaqueta especial con tapabocas incorporado.
- **Crystal** creó un traje para la protección del personal de la salud hecho de tela antifluidos que evita el contacto con el covid-19.
- **Gef** lanzó una línea de tapabocas con características especiales de prevención y los vende en línea.

- **Onda de Mar** puso su plataforma de comercio a disposición de más de 50 marcas nacionales para ofrecer sus productos.
- **Inexmoda** se unió con la Universidad Sergio Arboleda para la creación de cursos virtuales que permitirán impulsar la moda en el país.



Fuente: La República, 2021.

De acuerdo con el gráfico anterior, se puede evidenciar que las tendencias de 2020 a 2021 fueron las prendas sostenibles y de bioseguridad debido al Covid-19 con un incremento en las ventas de tapabocas, de este modo, explica que los tapabocas lograron una penetración en el mercado colombiano de 95% durante 2020, lo que dejó unos US\$30 millones en exportaciones, representando más de 8% del total de las ventas internacionales de confecciones del país. Asimismo, Inexmoda proyecta que sean los filamentos sintéticos

o artificiales, tejidos de punto y tejidos recubiertos que impulsen las exportaciones en 2021.

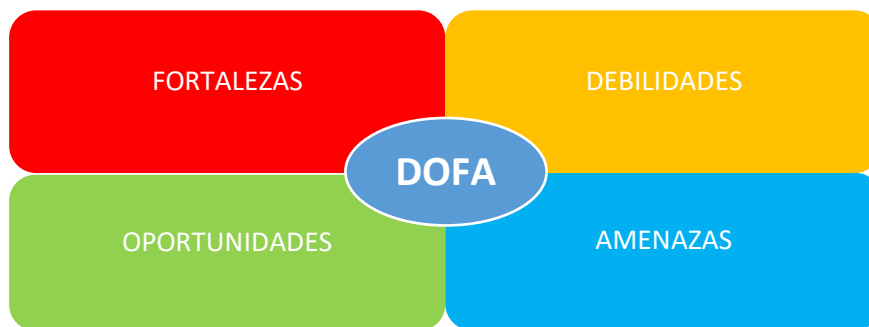
(Solórzano, 2021)

MATRIZ DOFA: (DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS)

La matriz DOFA (conocido por algunos como FODA, y SWOT en inglés) es una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios, empresas y sectores. DOFA es el acrónimo de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

Ilustración 19

Matriz DOFA



Fuente: Elaboración propia.

A continuación se amplían un poco más las definiciones principales:

Amenazas: “Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo”, (Serna, 2003).

Debilidades: “Actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa”, (Serna, 2003).

Fortalezas: “Actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución”, (Serna, 2003).

Oportunidades: “Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de este si se aprovechan en forma oportuna y adecuada” (Johnson, 2006).

MATRIZ DOFA

DEBILIDADES

Informalidad laboral: El proceso de externalización implica destrucción de puestos de trabajo, pero a la vez es generador de otros nuevos. Estos nuevos puestos de trabajo son los creados por las maquilas, lo que quiere decir que hay un desplazamiento del sector formal al informal de la economía; en este tránsito el conjunto de trabajadores de la confección pasan de tener empleos estables, más o menos bien remunerados, con seguridad social y otros “beneficios”, a tener trabajos inestables, estacionales, en los cuales la mayoría de las veces no tienen seguridad social, y ni siquiera un salario como tal.

Obsolescencia tecnológica: Grandes productores del sector textil manejan tecnología de punta, pero la gran mayoría presenta atraso tecnológico. Los empresarios también señalan que hay deficiencia en la formación por falta de maquinaria actualizada.

Aunque actualmente muchas empresas de textiles en la región trabajan con maquinaria actualizada, la mayoría, principalmente las pequeñas firmas, operan “con motores sencillos

ya que muy pocos fabricantes pueden adquirir servomotores (libres de contaminación auditiva y ahorradores de energía).

La falta de competitividad deriva, en parte, de este rezago tecnológico. Destacó entre las causas de este atraso los impuestos a la producción nacional y la falta de apoyos gubernamentales para incentivar esta industria.

Baja inversión en innovación y desarrollo: Actualmente en los pequeños y medianos productores se presenta baja inversión tecnológica, adicional a su informalidad e individualismo, factor que no aporta a la capacidad instalada que deben tener para afrontar las exigencias del mercado europeo.

Mana de obra poco calificada y mal remunerada: Recientes estudios de la ANDI apuntan a que la industria textil es uno de los sectores con salarios más bajos en el mercado, posicionándose detrás de la hotelería, el turismo y el sector de la salud. Tras la falta de incentivos económicos, los empleados prefieren inclinarse hacia otros puestos que exigen menor formación y mayor remuneración.

Otro gran componente son los contratos ofrecido a los trabajadores. Siendo Colombia un país donde el 94% de las empresas son catalogadas como PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas), la capacidad de contratación fija es reducida, por lo que la mejor opción son los contratos temporales, que suplen las necesidades en períodos de alta producción, poniendo una vez más a los empleados en desventaja, privándolos de una estabilidad laboral y una constante en sus prestaciones de salud.

Desconocimiento de competencia y poca investigación e inteligencia de mercado: Al ofrecer nuevos productos y servicios, existe la posibilidad de no tener los conocimientos y experiencia suficiente sobre el mercado al cual se quiere llegar, afectando los recursos financieros de la empresa.

OPORTUNIDADES

Los temas éticos cobran cada vez mayor relevancia en la industria

Colombia tiene una amplia biodiversidad que podría ser aprovechada para el desarrollo de productos verdes a partir de fibras naturales. Fibras naturales que podrían ser utilizadas para generar funcionalidades en los productos finales (p.ej. propiedades antibacteriales).

- Colombia podría posicionarse como un productor Fairtrade y convertirse así en una opción de abastecimiento no riesgosa en relación a temas éticos
- El desarrollo de productos orgánicos con costos competitivos, podría convertirse en una fuente de ingresos interesante para el país.
- La posición geográfica de Colombia es una ventaja competitiva para llegar a los países de la región con la velocidad que el mercado espera
- De igual manera, Colombia podría convertirse en el centro de manufactura de marcas de fast fashion que operen en la región si, además de aprovechar su ventaja geográfica, logra volverse distintivo en oportunidad de entrega (velocidad y cumplimiento).
- El Plan Vallejo permite la importación de bienes de capital, materias primas, insumos y repuestos con exención de derechos e impuestos a la importación, sujeto al cumplimiento de compromisos de exportación de bienes o servicios finales.

- Colombia cuenta con más de 16 acuerdos comerciales que le brindan acceso preferencial con cero arancel a importantes centros de consumo y a cerca de 1.500 millones de consumidores de la industria de la moda en el mundo.
- Fortalecer la calidad de los productos, capacidad de innovación y creación para proveer mayor valor agregado.
- Establecer alianzas estratégicas con empresas colombianas para llegar a los mercados regionales e internacionales, aprovechando el reconocimiento, calidad y diseño único que ofrece la industria de la moda colombiana.

FORTALEZAS

- La industria de la moda en Colombia cuenta más de 100 años de tradición y el respaldo de una extensa red de aliados privados y públicos.
- Esta industria tiene una oferta de productos diversificada y reconocida por su alta calidad de confecciones, joyería y bisutería, textiles e insumos, cuero y sus manufacturas y calzado y sus insumos.
- Colombia ofrece diseños únicos a la vanguardia de las tendencias mundiales incorporando diseños contemporáneos con técnicas artesanales, prendas de inspiración étnica, entre otros.
- La industria de la moda colombiana es innovadora y ha avanzado en la producción de prendas con características funcionales como alta protección UV, transpirabilidad, secado rápido, entre otras.

- Las empresas colombianas ofrecen una producción flexible ajustada a los requerimientos de los clientes, brindando la alternativa de marca y el servicio de paquete completo, ajustando las cantidades a las necesidades requeridas y dando una respuesta rápida a las órdenes de reabastecimiento.
- Presencia de textileras de tradición y trayectoria con capacidad de producción y desarrollos constantes, que ofrecen una plataforma ideal para el proceso de confección y una industria verticalmente integrada.
- Según (InvestinColombia ,2019), Colombia se encuentra en una ubicación estratégica en América Latina que le permite contar con tiempos de entrega apropiados para abastecer la demanda internacional. El país está a menos de 3 días en buque de los principales puertos de las Américas y a 12 días de Europa gracias a las más de 4.500 rutas marítimas y al acceso a 680 puertos alrededor del mundo.

AMENAZAS

Contrabando

Contrabando, se considera para este trabajo de investigación que el contrabando es el delito por la importación de bienes y servicios omitiendo o sin someterse a la ley aduanera vigente, y de acuerdo a esto se definirán las prácticas ilegales de comercio en el sector textil.

Contrabando abierto

Se refiere al ingreso de mercancías al territorio aduanero nacional sin ser presentadas o declaradas ante la autoridad aduanera competente en lugares que no está

habilitados (a través de playas, pasos de frontera, aeropuertos, puertos, depósitos), con el propósito de evadir impuestos aduaneros, IVA, aranceles entre otros, (Unidad de Información y Análisis Financiero, 2006).

Contrabando Técnico

Se refiere cuando se ingresa al territorio aduanero nacional mercancías que son presentadas y declaradas en la Aduana, pero que por una serie de maniobras fraudulentas se modifica la información que se presenta a la autoridad aduanera, con el propósito de subfacturar, sobrefacturar, evadir el cumplimiento de requisitos legales, cambiar la posición arancelaria, obtener beneficios (triangulación de mercancías con certificados de origen), así como la falsificación de documentos, entre otros, (Unidad de Información y Análisis Financiero, 2006).

De este modo, la llegada de productos textiles y confecciones al país desde Asia, sin los efectivos controles aduaneros y de la Policía de Aduanas, permite que ingresen productos de mala calidad, con alteraciones en sus marcas y etiquetas, evadiendo los impuestos a que den lugar, logrando así que ingresen a un bajo precio con el que es imposible competir localmente, siendo el contrabando una de las mayores amenazas del sector textil en Colombia.

Revaluación del peso

Según la Superintendencia De Sociedades, la apreciación del peso frente al dólar, es un estímulo a las importaciones y al contrabando técnico y un desestímulo a las exportaciones. Por esta razón muchas empresas han tenido que operar con precios que no alcanzan su punto de equilibrio, lo cual se convierte en un gran problema para los textileros y confeccionistas porque los costos de producción y de distribución son bastantes altos y esto puede provocar una crisis del sector y un significativo recorte de personal, que a su vez genera una disminución del consumo y menor la calidad de vida.

- Alta participación de la informalidad y el contrabando que compiten con estructuras de costo muy bajas, generando significativas desventajas para la industria formal
- Alto crecimiento en importaciones de materia prima y productos terminados, principalmente provenientes de países de bajo costo.
- Reciente entrada masiva al país de marcas internacionales con amplia experiencia en mercadeo, gestión de marca, gestión de tiendas, inteligencia de mercados, entre otros
- Una alta dependencia en un número reducido de mercados que durante los últimos años han presentado gran inestabilidad, política, regulatoria y/o económica.
- Los costos de producción de Colombia no le permiten competir con países de bajo costo, y no se cuenta con las condiciones para desarrollar elementos altamente diferenciadores que le permitan diversificar su oferta.
- Han entrado al país varias marcas internacionales con amplia experiencia en gestión de marca, gestión de tiendas e inteligencia de mercados, entre otros.

 Falabella.com

Mimo & Co

MANGO

ZARA



Massimo Dutti

Bershka

Carolina Herrera

Fuente: PromPerú, 2018.

CAPITULO 4: Estrategias en el sector de confecciones para aprovechar el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Unión Europea

Marketing digital

De acuerdo a Medina & Lizcano (2018), el uso del Marketing Digital proporciona a las empresas sobresalientes una verdadera ventaja competitiva, mejorando la calidad y la visibilidad de sus productos en cualquier sector económico. Muchas empresas piensan que el marketing en Internet solo implica manejar algunas plataformas tecnológicas y que las utilizan solo las empresas que se dedican al comercio electrónico. Pero hay que ser conscientes que el comportamiento de las personas cambia de acuerdo con la dinámica comercial que se presenta actualmente. Para la sociedad actual como para el comercio la introducción de medios digitales ha facilitado la comunicación con los clientes, con las nuevas tecnologías basadas en Internet, (Medina Acero & Lizcano Garzón, 2018).

De este modo, el marketing Online y alianzas en este sentido, son necesarias para el gremio textil, hoy el mercado online, está creciendo exponencialmente, más aún con toda la situación que se está viviendo en este momento a nivel mundial, es una gran oportunidad para que las marcas elaboren sus estrategias de posicionamiento dentro del universo online. Se le suma a lo anterior, el desarrollo de productos con valor agregado, innovadores, que generen recordación en los clientes, un marketing más experiencial, marcas que se preocupen no solo por vender, si no por generar un impacto en la sociedad. Son las marcas que el consumidor de hoy está buscando, porque hay una tendencia a nivel mundial en cuanto saber de dónde vienen los productos y que están haciendo por cambiar el planeta,

aquí las empresas de confección tienen una gran oportunidad de conquistar a los consumidores finales.

En ese orden de ideas, dentro de adaptación a la era digital es necesario hablar de las nuevas vías de comercialización asociadas a los avances tecnológicos especialmente al comercio electrónico. Aunque ya es un canal de venta maduro en el sector, obteniendo cada vez más una mayor cuota de mercado, todavía existen muchas posibilidades de desarrollo en la utilización de nuevos los nuevos canales de venta generados por la incorporación masiva de las tecnologías de la información y la comunicación en las sociedad (proceso de digitalización social). Las empresas colombianas del sector deben de elegir si adecuan su estrategia de marketing para poder hacer llegar al consumidor final las nuevas vías de comercialización, siendo aquí fundamental la gestión de las redes sociales para alcanzar el **target market** en los países europeos, (Medina Acero & Lizcano Garzón, 2018).

Responsabilidad Social Empresarial

Una de las estrategias que se plantean es la Responsabilidad Social Empresarial, la cual es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa).

En este orden de ideas, es importante que empresas del sector textil colombianas pongan en marcha estrategias que fomenten la RSE, ya que esta impacta directamente en

las personas y el medio ambiente, por lo tanto, un buen ambiente de trabajo o condiciones laborales favorables permitirán que las empresas capaciten mejor a su personal promoviendo la generación de empleo. Por otro lado, las acciones dentro de la empresa en cuanto a sus productos, los cuales fomenten la preservación o el cuidado del medio ambiente por medio de lo que producen o de su materia prima, impactara de forma positiva en sus clientes nacionales e internacionales. En el caso europeo, ellos aplican la moda ecofriendly o sostenible, la cual es:

La moda que engloba un conjunto de prácticas en el diseño, confección y consumo de moda que son respetuosas no solo con el medioambiente sino con todas aquellas personas que trabajan en la industria textil. De ahí que la moda sostenible se interese por cuestiones como la reducción de las emisiones de CO₂, la sobreproducción de prendas, la disminución de los niveles de contaminación, la acumulación de residuos textiles, el apoyo a la biodiversidad y el fomento de condiciones laborales justas y salarios dignos a sus trabajadores y trabajadoras. (Vogue España, 2017).

De este modo, realizar este tipo de prácticas dentro de las empresas, hará más fieles a los consumidores europeos y dará mayor credibilidad y mejor imagen a la marca de las empresas textiles colombianas. Asimismo, empresa que respete los recursos humanos que posee generara confianza y proyectara una imagen de sostenibilidad empresarial. De tal modo, que la clave del éxito de una empresa o sector este siempre arraigada a la RSE y no solo a la obtención de dinero sin enfocarse en sus recursos humanos y ambiente que la rodean.

Proceso logístico

Otra estrategia, va con todo el proceso de logística que puede tener una empresa con el objetivo de atender las necesidades de los consumidores en el menor tiempo posible. Por lo tanto, para mejorar este aspecto es importante que las empresas estén siempre al tanto de las tendencias nuevas, ya que el sector textil es un mercado donde las prendas evolucionan y los cambios son inmediatos en cada moda.

De este modo, se deberían integrar sistemas de distribución y de inventario que permitan reducir el tiempo entre el diseño de una prenda hasta la entrega que se hace del producto a minoristas o mayoristas, esto se logra con sistemas computarizados de inventarios, los cuales vinculen a las empresas con tiendas o fábricas, en donde se revise y actualice prendas que dejan de venderse o que retrasos en distribución hallan para que se solucione de manera rápida y la comunicación entre estas sea efectiva.

También, sería interesante que logran las empresas colombianas de textiles y confecciones implementar un sistema, como sería el caso de ZARA una de las empresas más reconocidas del sector textil en Europa y a nivel internacional, imponiendo este sistema para mejorar sus procesos siendo todo un éxito, el cual tenía como base diseños de modas populares anteriores, de los cuales las empresas se pueda basar y crear de igual modo sus propios patrones y diseños sin dejar esas tendencias pasadas, junto con la creación de ideas nuevas que puedan combinar y proponer junto con un equipo de diseñadores que se encargaría directamente de la revisión de ese sistema diario, obteniendo

novedades e impulse el crecimiento en ventas sin quedar atrás en una nueva colección de ropa.

Infraestructura

En términos de infraestructura, las empresas textiles hoy en día deberían implementar procesos tecnológicos como la robotización que les permitan agilizar chequeos de prendas, ya sean prendas con defectos de fábrica o prendas listas para la venta, esto podría reducir la salida de prendas en mal estado, ya que muchas veces cuando son empresas que exportan en cantidades, ya sea a nivel nacional o internacional, las prendas llegan con defectos de fábrica y son de las empresas que no hay implementado procesos tecnológico en su despacho o proceso de selección de prendas y todo lo hacen manual. Por lo tanto, adaptarse a la tecnología mejora los procesos internos de una empresa en toda área organizacional.

De igual forma, instituciones como ProColombia debería capacitar a las empresas o hacer ferias virtuales donde se encuentren asesorías con empresas de Europa que puedan aportar conocimiento tecnológico en sistemas o que procesos tecnológicos podrían implementar varias empresas textiles o de confección en Colombia en la producción y fabricación de sus productos, ya que puede ser distinta. En Europa existen muchas empresas como Zara, Gucci , Louis Vuitton entre otras que utilizan tecnologías de punta para llevar sus procesos de fabricación y distribución. Esto les ayudaría a ser más estratégicas y más competentes con las empresas del exterior, lo cual posicionaría el sector textil en Colombia frente a los otros países

Macro Ruedas De Negocios

Las macro ruedas de negocios, que organiza ProColombia, tanto para confección como para textiles, son una gran oportunidad para hacer negocios con compradores de todas partes del mundo, que ven el producto colombiano un producto de calidad. Por esta razón, se deberían impulsar con más frecuencia estas macro ruedas de negocios y enfocarla para priorizar a los empresarios europeos interesados en productos textiles colombianos.

Atracción de inversión

Colombia tiene un potencial enorme en Textiles y Confecciones. Asimismo, el sector se encuentra catalogado de clase mundial y actualmente existen programas de apoyo en diferentes instituciones como el Clúster textil y confección en diferentes regiones, la Cámara sectorial de la ANDI, Inexmoda, ProColombia, PTP, SENA, entre otros.

Clúster nacionales

Actualmente, Colombia cuenta con clusters del Sector Textil y Confección ubicados principalmente en las regiones que tienen mayor participación en la producción. Existen 3 cluster regionales del sector; en Antioquia (Clúster textil, confección, diseño y moda), Bogotá (Clúster Moda), Tolima (Clúster confección) y se está generando dos adicionales en Atlántico (Clúster de diseño y confecciones) y en el eje cafetero (Clúster confecciones). Adicional a esto el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, INNPULSA y la Firma Competitivines de Michael Porter, adelantan un programa llamado “Rutas Competitivas”, en donde se pretende consolidar y fortalecer los clusters de los sectores estratégicos en la mayor parte del país. El Fortalecimiento y el nacimiento de cluster permite al sector Textil

Confecciones un mayor crecimiento y oportunidades para competir en mercados internacionales reduciendo los costos por medio de una estructura que está diseñada para lograr una estrecha cooperación entre empresas del sector y procesos con mayor eficiencia, (Superintendencia De Sociedades, 2018).

CONCLUSIONES

El sector textil en Colombia ha tenido una larga trayectoria y es uno de los sectores más productivos del país, aportando un buen porcentaje al PIB cada año, sin embargo, tiene falencias y le falta apoyo de instituciones o estatal para sobresalir más en el exterior. Es por eso, que la entrada al mercado europeo sigue siendo un reto para algunas empresas textiles y de confecciones en Colombia, aunque el TLC entre la Unión Europea y Colombia tenga beneficios arancelarios en ciertas prendas, destacando en el mercado europeo con varias prendas, pero especialmente con fajas y vestidos de baño, aún sigue faltando competitividad en el sector y esto es debido a temas como la logística y la tecnología, ya que los procesos de distribución son precarios y costosos o la tecnología es muy limitada en el país para llevar procesos más eficientes de entrega, producción o fabricación.

Por otro lado, es importante potencializar las pequeñas y medianas empresas, ya que estas por medio de clústeres ayudan a posicionar a las grandes empresas o multinacionales y las vuelven piezas clave para aumentar la competitividad del sector, lo cual sería estratégico dar asesorías virtuales de empresarios europeos a las PYMES con relación a sistemas de distribución para hacer más rápido los procesos entre empresas.

En cuanto al el empleo, el TLC no ha aportado a la generación de empleos en el sector textil significativamente y temas como el contrabando y la importación de países asiáticos sigue fomentando la informalidad laboral, lo cual es una debilidad del sector y se

necesita ayuda del MinTrabajo para darle formalidad a pequeños trabajadores e ir deteniendo la ilegalidad en los derechos laborales.

Por otro lado, se llegó a la conclusión de que el sector textil y confecciones ha tenido a lo largo de los largos un desempeño sobresaliente y de este modo, ha conseguido un fuerte posicionamiento y reconocimiento a nivel mundial. Sin embargo, el gobierno debería realizar un mayor acompañamiento y otorgar más apoyo para que se logren superar las múltiples debilidades y amenazas presentes en el sector, las cuales impiden y dificultan potencializar la competitividad que podría desempeñar.

Finalmente, el mercado europeo otorga múltiples oportunidades para Colombia en el sector textil, sin embargo, desde que se firmó el TLC, no se ha aprovechado totalmente los diversos beneficios que se adquirieron. Una de las razones por las que no se ha beneficiado totalmente el sector textil, es debido a los problemas en términos de competitividad que presenta actualmente. Por esta razón, este sector tan importante en la economía colombiana tiene por delante numerosas oportunidades que le permitirán una óptima inserción en los mercados de la Unión Europea, para que de este modo, se logre aprovechar al máximo este valioso tratado.

RECOMENDACIONES

Antes de finalizar, se sugieren algunas recomendaciones con base a los datos recogidos en la presente investigación como:

- Analizar con mayor detenimiento y continuidad los 12 pilares de competitividad del sector textil y confecciones, ya que con el tiempo los mercados cambian y este carece de competitividad en aspectos como la tecnología, infraestructura, eficiencia en el mercado laboral y sofisticación de los negocios.
- Realizar un estudio del estado actual o una encuesta de las empresas del sector textil y confecciones para sacar mayores resultados en que tanto se han beneficiado del TLC Colombia- Unión Europea.
- Trabajar de manera interinstitucional (Estado-Academia) para plantear estrategias y mejorar la competitividad del sector textil y de confecciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzate Gómez, J., Hernández Pérez, A., & Ramírez Gómez, D. (2013). ¿POR QUÉ ESTÁ PERDIENDO COMPETITIVIDAD EL SECTOR TEXTIL COLOMBIANO? Medellín.
- Andi. (07 de Marzo de 2018). *Andi*. Obtenido de Todo comenzó con una máquina de coser: <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/1060-todo-comenzo-con-una-maquina-de-coser#:~:text=Con%20la%20experiencia%20acumulada%2C%20en,que%20a%20una%20verdadera%20industria.>
- Baena Rojas, J. J., & Fernández Pons, J. (01 de Mayo de 2016). *APROXIMACIONES A LA INSERCIÓN DE COLOMBIA EN EL SISTEMA MULTILATERAL DE COMERCIO EN 1995-2015*. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/61446/60755-308509-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baena Rojas, J. J., Cano, J. A., & Duque Giraldo, M. (Julio de 2020). *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*. Obtenido de Apertura económica y política comercial: estudio del sector lácteo y sus dificultades en Colombia: https://www.researchgate.net/profile/Jose_Baena_Rojas/publication/343166887_Apertura_economica_y_politica_comercial_estudio_del_sector_lacteo_y_sus_dificultades_en_Colombia/links/5f19e536a6fdcc9626ad1a4c/Apertura-economica-y-politica-comercial-estudio-del
- Bancolombia. (30 de Julio de 2020). *Bancolombia*. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/innovacion-industria-textil-2020>
- Bayona, L., & Contreras, P. (2018). Transformación de una microempresa del sector textil con miras al mercado internacional. Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10018/00004832%20Trabajo%20de%20Grado-Contreras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Becerra Elejalde, L. L. (14 de Agosto de 2020). Manufacturas Eliot y Crystal, entre las empresas que lideran el negocio de textiles en Colombia. *La República*.
- Bedoya, M. P. (9 de Octubre de 2019). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-mejora-en-competitividad-segun-el-foro-economico-mundial-2918874>
- BLU Radio. (22 de Enero de 2020). *BLU Radio*. Obtenido de <https://www.bluradio.com/tecnologia/tecnologia-la-ayuda-digital-que-busca-revolucionar-la-industria-textil-colombiana>
- Campos Tavera, A. G. (2014). *EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: ¿COMO SER MÁS COMPETITIVOS?* Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12920/Ensayo%20Especializ>

acion.%20EL%20SECTOR%20TEXTIL%20EN%20COLOMBIA%20%BF%20COMO%20SER%20M%C
1S%20COMPETITIVOS.pdf;jsessionid=948CC4A012679FDE768CAD7447EBACAE?sequence=
1

Campos Tavera, A. G. (Junio de 2014). *EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: ¿COMO SER MÁS COMPETITIVOS?* Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12920/Ensayo%20Especializacion.%20EL%20SECTOR%20TEXTIL%20EN%20COLOMBIA%20%BF%20COMO%20SER%20M%C1S%20COMPETITIVOS.pdf?sequence=1>

Cardona, N. S., & Cardenas, J. E. (2018). *ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DESDE RISARALDA HACIA LA UNIÓN EUROPEA DEL SECTOR SISTEMA MODA SUBSECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES ENTRE LOS AÑOS 2014 - 2018 EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE COLOMBIA CON LA UNIÓN EUROPEA.* Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5573/1/DDMNI41.pdf>

Caro Romero, G. D. (2019). *CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TEXTIL COLOMBIANO DESDE LA PERSPECTIVA DE MICROEMPRESARIOS UBICADOS EN SANTIAGO DE CALI.* Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84780/1/TG02537.pdf

Castiblanco, C., Sepúlveda, M., & Rivas, C. (2017). *Anal dex.* Obtenido de <https://www.analdex.org/2018/07/26/tlc-entre-colombia-y-la-union-europea/>

Castro Mina, M. C. (2018). *Competitividad en el sector textil-confecciones .* Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9020/CompetitividadTextil2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castro Mina, M., & Puerto Ramírez, M. (2016). *Competitividad en el sector textil-confecciones.* Bogotá D.C: Universidad EAN.

CI EL GLOBO. (2018). *CI EL GLOBO.* Obtenido de <https://cielglobo.com/>

Colombia Productiva. (2015). *Estudio para definir y caracterizar la informalidad en 8 sectores seleccionados del Programa de Transformación Productiva.* Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2a4959bd-9cf5-4f16-9a25-3a3ae932fc34>

Cortes, L., & Ospitia, Y. (2020). *Análisis del proceso de internacionalización de empresas del sector confecciones – Caso Permoda LTDA.* Bogotá, Colombia.

Crystal S.A.S. (2016). *Crystal S.A.S.* Obtenido de http://www.crystal.com.co/es/quienes_somos

Crystal S.A.S. (2020). *Crystal S.A.S.* Obtenido de http://www.crystal.com.co/es/quienes_somos

Duarte Plazas, A. M. (21 de Mayo de 2018). *Impacto de los Tratados de Libre Comercio en el sector textil confecciones colombiano.* Obtenido de <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/4191>

- Echeverri, M. (23 de Enero de 2017). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/eliot-y-enka-lideran-en-exportaciones-de-textiles-2462566>
- EL Nuevo Siglo. (10 de Marzo de 2019). *El Nuevo Siglo*. Obtenido de <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/03-2019-el-sector-textil-ha-perdido-600-mil-empleos-en-12-anos>
- Elejalde, L. L. (14 de Agosto de 2020). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/manufacturas-eliot-y-crystal-entre-las-empresas-que-lideran-el-negocio-de-textiles-en-colombia-3045321>
- EMIS. (15 de Abril de 2021). *EMIS*. Obtenido de https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Lujanes_21_SAS_es_4167156.html
- Espinel, P., Aparicio, D., & Mora, A. (2016). Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país.
- EURATEX. (s.f.). *EURATEX*. Obtenido de <http://consejointertextil.com/euratex/>
- Fashion United . (08 de Enero de 2018). *Fashion United* . Obtenido de Datos y cifras de marcas de moda de Colombia: Studio F: <https://fashionunited.co/noticias/retail/datos-y-cifras-de-marcas-de-moda-de-colombia-studio-f/2018010923302>
- Figuerola Ferro, W., & Remeberg Castro, J. (17 de Noviembre de 2017). OPORTUNIDADES Y RIESGOS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL COLOMBIANO PARA INCREMENTAR SU COMPETITIVIDAD EN LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO. Colombia.
- Flores Torres, X. (02 de 05 de 2017). *Revista Científica Dominio De Las Ciencias*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325872>
- Gomez Díaz, S. (2015). *Perfil Logístico de Colombia – Sector Textil y Confecciones*. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8983/GomezDiaz-Stephania-2014.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Gutiérrez Mejía, D., & Colmenares Botía, L. (2018). *Acuerdo Comercial con la Unión Europea: oportunidad de crecimiento del sector confecciones desde la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá D.C.
- Inexmoda. (2007). *Inexmoda*. Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/cronologia/inexmoda---2004.html>
- Inexmoda. (04 de Abril de 2018). *Inexmoda*. Obtenido de <http://www.saladeprensainexmoda.com/como-esta-colombia-en-materia-de-moda/>
- Inexmoda. (2019). *Informe del Sector Textil*. Obtenido de http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/06/informe_especial_textil_y_confecciones_may_2019.pdf
- Inexmoda. (2019). *INFORME DEL SECTOR CALZADO Y MARROQUINERÍA*. Bogotá D.C. Obtenido de <http://www.saladeprensainexmoda.com/wp->

content/uploads/2019/03/Informe_Especial_Calzado_y_Marroquineri%CC%81a_-_Mar_2018.pdf

- Inexmoda. (2021). *Observatorio Sistema de Moda*. Obtenido de http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2021/03/Informe-Observatorio-Sistema-Moda-Enero-2021_compressed-1.pdf
- Janeth Mazo, A., Pulgarin Rondón, A., & Montoya Cano, M. (2020). Retos y oportunidades de la industria textil y confección en el momento actual en Colombia. Medellín, Colombia.
- Jimenez Pulido, L., & Vásquez Barrera, M. (Junio de 2018). Estructuras de capital en el sector textil-confección en Colombia: Incidencia de la institucionalidad financiera; una revisión en el período 1995 a 2015.
- Johnson, S. (2006). *Dirección estratégica*. Chicago: Pearson Prentice Hall. Obtenido de Pearson Prentice Hall.
- Laguna, I. D. (2019). *Efectividad de las metas propuestas por el estado en el ods 8 trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo*. Bogotá D.C.
- Laguna, I. D. (2019). *Efectividad de las metas propuestas por el estado en el ods 8 trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo*. Bogotá D.C.
- Legiscomex. (2013). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/tlc-ue-preguntas-sector-industrial>
- Legiscomex. (2013). *LEGISCOMEX*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/supertex-entrevista-especial-ue2013>
- Legiscomex. (2014). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/cifras-generales-colombia-sector-textil-confecciones-actualizacion>
- López Amaya, Z. V. (2020). *Competitividad del sector textil en Colombia*. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/28501/1/2020_competitividad_sector_textil.pdf
- López Nasamues, R. M. (6 de Diciembre de 2018). *Análisis del acuerdo Multipartes Unión Europea Ecuador-Colombia y la competitividad en el sector textil*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/696/1/420%20An%c3%a1lisis%20de%20acuerdo%20multipartes%20Uni%c3%b3n%20Europera%20Ecuador-Colombia%20y%20la%20competitividad%20del%20sector%20textil.pdf>
- Medina Acero, C. A., & Lizcano Garzón, L. E. (Diciembre de 2018). *Aplicación para la gestión del cambio del marketing tradicional al Marketing Digital e innovación abierta con énfasis en investigación aplicada para la planeación, para las Pymes y Mipymes en la ciudad de Bogotá*. Obtenido de <http://revistas.sena.edu.co/index.php/RETO/article/view/1412>
- Meza, R., Restrepo, D., & Aguirre, Y. (28 de Noviembre de 2008). Crisis externa y desaceleración de la economía colombiana en 2008-2009: coyuntura y perspectivas. Medellín, Colombia. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pece/n12/n12a2.pdf>

- Ministerio de Comercio, ANDI, Innpulsa. (2020). *Tecnologías avanzadas aplicadas al Sistema de Moda*. Bogotá D.C.
- Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo. (01 de Abril de 2016). *Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo*. Obtenido de GUÍA SOBRE REQUISITOS TÉCNICOS PARA LA IMPORTACIÓN A LA UNIÓN EUROPEA DE TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR: <http://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/union-europea/5-enlaces-e-informacion-de-interes/guias-e-instructivos-para-la-exportacion-de-bienes/prendas-de-vestir/prendas-de-vestir.pdf.aspx>
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2013). *Acuerdo Comercial Colombia-Unión Europea*. Bogotá D.C.
- Modaes. (21 de Octubre de 2016). *Modaes*. Obtenido de Permoda vuelve a sus orígenes y prepara el relanzamiento de Armi, Pronto y Bkul: <https://www.modaes.com/empresa/permoda-vuelve-a-sus-origenes-y-prepara-el-relanzamiento-de-armi-pronto-y-bkul.html#:~:text=La%20historia%20de%20Permoda%20se,grupo%2CArmi%2C%20en%20Bogot%C3%A1.>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (s.f.). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de https://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf
- Oficina para el aprovechamiento del TLC con EE.UU. (Octubre de 2012). APPROVECHAMIENTO DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS-Textil y Confecciones. Obtenido de http://www.ccmpe.org.co/ccm/contenidos/37/Textilyconfecciones_final.pdf
- Parlamento Europeo. (2020). *Parlamento Europeo*. Obtenido de La Unión Europea y sus socios comerciales: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/160/la-union-europea-y-sus-socios-comerciales>
- Porter, M. (Enero de 2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Obtenido de https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas_michael_porter-libre.pdf
- Procolombia. (2014). *ProColombia*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/cifras-generales-colombia-sector-textil-confecciones-actualizacion>
- ProColombia. (2018). *ProColombia*. Obtenido de https://procolombia.co/swim-shown/datos-de-industria?__cf_chl_jschl_tk__=72e37ab4d2b1c93801e335c8480e6bf38d0d308c-1623429880-0-ARdQEk-wnhE-qmU1bCODAZpOkrwGUYzEH-oauHgr7GPqwdS7QhIWUq5Tm1keaiY8q5CpwPkoZs-qajJdBjy0IENIZ_hOUxZyXisv0wUBI3UUX-KOch5hLy6mj_uE3dxu
- Ramirez, C. E. (21 de Noviembre de 2005). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232006000100002

- Reina, M., & Oviedo, S. (2011). *Colombia y el TLC con la Unión Europea*. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/08401.pdf>
- Romero, G. D. (2019). Caracterización del sector textil desde la perspectiva de microempresarios ubicados en santiago de cali. Santiago de Cali.
- Sánchez Becerra, S. (2018). *Tesis de Grado: El desempeño de las exportaciones de las Pymes de la industria textil colombiana hacia la Unión Europea*. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9257/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez Vásquez , P. (2020). *MODA SOSTENIBLE Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR*. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2020/08/art-2_3c_emp_ed.-43_vol.-9_n%C2%BA3.html
- Sánchez, S., & Correales, D. (2018). El desempeño de las exportaciones de las Pymes de la industria textil colombiana hacia la Unión Europea. Bogotá. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9257/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serna, H. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos*. Bogotá: 3R Editores.
- SICEX. (5 de Julio de 2019). *SICEX*. Obtenido de <https://sicex.com/blog/colombia-un-pais-con-potencial-en-la-industria-textil/>
- Simmonds, I. F. (27 de Septiembre de 2019). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/especial-zonas-francas-septiembre-2019/electricos-y-textiles-entre-los-mas-exportados-desde-las-principales-zf-del-pais-2914230>
- Sistema Nacional de Competitividad e Innovación. (2018). *Sistema Nacional de Competitividad e Innovación*. Obtenido de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/indicadores-internacionales/indice-competitividad-global>
- Solórzano, S. (20 de Enero de 2021). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-textil-de-bioseguridad-espera-un-incremento-de-85-durante-este-ano-3112941>
- Superintendencia De Sociedades. (2018). *INFORME DE DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIÓN*. Bogotá.
- Superintendencia de Sociedades. (2019). *Desempeño Financiero del Sector Textil año 2018*. Bogotá D.C .
- Tavera, A. G. (Junio de 2014). *EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: ¿COMO SER MÁS COMPETITIVOS?* Bogotá.

- Unidad de Información y Análisis Financiero. (2006). *Tipologías de lavado de activos relacionadas con contrabando*. Obtenido de https://www.legiscomex.com/bancomedios/archivos/tipologias_contrabando_enero
- Valencia, R. (16 de Abril de 2020). *Camara de Comercio de Medellin*. Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/articulos-y-noticias/noticias/oportunidades-para-el-sector-textil-y-confeccion>
- Vogue España. (2017). *Vogue España*. Obtenido de <https://www.vogue.es/moda/articulos/moda-sostenible-que-significa-guia-consejos-marcas>
- World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Switzerland.
- Zuluaga-Mazo, A., Cano-Arenas, J., & Montoya-Peláez, M. (19 de Julio de 2019). *Revista Unimagdalena*. Obtenido de <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/download/2621/2415?inline=1>