

Estrategias comerciales para generar exportaciones activas a México de jeans colombiano.

Karen Ginneth Acero Ahumada

Leidy Vanessa Aya Aguilar

Universitaria Agustiniana

Facultad de ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020

Estrategias comerciales para generar exportaciones activas a México de jeans colombiano.

Karen Ginneth Acero Ahumada

Leidy Vanessa Aya Aguilar

Director del trabajo

Diana Marcela Diaz

Trabajo para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020

Resumen

El objetivo del siguiente trabajo es identificar las estrategias comerciales que permitan la mejora de las exportaciones de jeans tipo colombiano a México. El trabajo se desarrolló siguiendo la nueva teoría del comercio internacional donde se comprende el comercio intraindustrial basándose en el intercambio de productos de dos países que tengan industrias similares pero que son capaces de complementarse entre sí. A lo largo del trabajo se evidencia que Colombia tiene oportunidades en el mercado mexicano debido al alto grado de aceptación de sus productos, los cuales resaltan por sus factores diferenciales como lo son la calidad, el precio y diseño. Se plantean dos estrategias, la exportación indirecta con intermediario, basándose en alianzas entre empresas, donde puedan llevar a cabo la comercialización de los productos con marca propia, y una segunda estrategia de cooperación, en donde las protagonistas son las pymes y por medio de esta agrupación puedan obtener el reconocimiento y mayores posibilidades de comercializar los productos.

Palabras claves: Denim, industria textil, estrategias de exportación, productividad y pymes.

Abstract

The objective of the following work is to identify trade strategies that allow the improvement of exports of Colombian type jeans to Mexico. The work was developed following the new theory of international trade where intra-industrial trade is understood based on the exchange of products from two countries that have similar industries but are able to complement each other. Throughout the work it is evident that Colombia has opportunities in the Mexican market due to the high degree of acceptance of its products, which stand out for their differential factors such as quality, price and design. Two strategies are proposed, indirect export with intermediary, based on alliances between companies, where they can carry out the marketing of products with their own brand, and a second cooperation strategy, where the players are SMEs and through this grouping can obtain recognition and greater possibilities to market the products

Keyword: Denim, textile industry, export strategies, productivity and SMEs.

Introducción

Las estadísticas demuestran que el sector textil colombiano está teniendo una recuperación, por ello sus indicadores son cada vez más positivos. Colombia es el primer país exportador de jeans en Suramérica y el tercero en América Latina. El principal destino de las exportaciones colombianas de denim es Estados Unidos, con el 63,2 % lo que representa 67 millones de dólares, luego de la potencia americana Ecuador fue el segundo importador de estas prendas en 2018, con negocios de más de 7,6 millones de dólares, además fue el país que más aumentó la demanda a Colombia frente al 2017, con un crecimiento del 25,9% (Portafolio, 2019).

De acuerdo a los datos de Procolombia, México ocupó el tercer lugar en compra de denim en Colombia, y las ventas ascendieron a US\$4,4 millones, se registró una caída del 37% frente a los negocios hechos en el 2017. No obstante, existen oportunidades identificadas para exportar a mercados diversos y lejanos, dentro de los que resaltan Australia, Canadá, Corea del Sur, España, Francia y Suiza. (ProColombia, 2019).

De acuerdo a las cifras presentadas anteriormente se evidencia que a pesar de que Colombia tiene exportaciones de este producto a México, dichas exportaciones han disminuido, según El Economista (2018), por la falta de información del mercado mexicano en Colombia ya que existen diversos miedos como el tamaño del mercado y la competencia que este representa, los empresarios subestiman la idea de que con alianzas comerciales suficientemente sólidas se puede alcanzar la regionalización lo cual representa un reto que puede impulsar las industrias de ambos países.

El país destino, según datos analizados es México, en cual se evidencia que en los últimos años, existió un gran volumen de importación de jeans desde Colombia, lo que ocasiona una importante oportunidad comercial, de tal manera que el análisis del trabajo se realizará por medio de la partida arancelaria 6204.69.00.00 -- Pantalones, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts de las demás materias textiles, para mujeres o niñas, excepto los de punto. Su gravamen arancelario es del 15% para importación y el 19% de IVA de libre importación, y cuenta con acuerdos internacionales como el acuerdo 021 con México, Gravamen Arancelario 0.00 % y acuerdo 152 Alianza del Pacífico – México, Gravamen Arancelario 0.00 %. (Dian, 2019).

En la ejecución del trabajo se identificaron qué estrategias comerciales le permitirían a Colombia la mejora de las exportaciones de jeans a México analizando el comportamiento de la producción colombiana, teniendo en cuenta todas sus variables e identificando los factores relevantes en el comportamiento del mercado mexicano para la aceptación y compra de este producto, para finalmente plantear estrategias comerciales con el fin de incrementar los índices de exportaciones comerciales de este producto hacia México.

Antecedentes

El sector textil Colombiano cuenta con una gran trayectoria en la historia, donde ha desarrollado diferentes productos que resaltan por los altos estándares de calidad, dichos productos han perdido competitividad ya que como lo explica la revista Dinero (2020) los representantes del sector textil piden exhaustivamente al gobierno nuevas medidas regulatorias que equilibren la balanza para sus empresarios ya que las importaciones provenientes de los países asiáticos acaparan una gran parte del consumo en el mercado colombiano, debido a que sus productos ingresan al país con un costo disminuyendo en gran medida la competitividad de la industria local; en cuanto a la exportación exigen incentivos que les permitan generar empleos y aumentar la productividad para posibilitar la entrada a mercados extranjeros. De acuerdo con lo anterior surge la premisa de que es necesaria la implementación de diversas estrategias que sean ejecutadas por las empresas para así optimizar las relaciones comerciales con el fin de aumentar el desarrollo del sector en el comercio internacional.

De este modo el presente estado del arte busca abordar esta premisa a través de la socialización de diferentes análisis y estudios, resultados de investigaciones en torno a variables del sector textil como: la producción y la competitividad, las dinámicas del sector en el comercio internacional y los emprendimientos que se han desarrollado, así mismo con el fin de de hallar soluciones al planeamiento problema y cumplir con los objetivos del trabajo, se abordarán los análisis realizados frente al estado de la producción y comercialización de jeans en Colombia como uno de los motores de crecimiento económico del país.

Sector textil colombiano en el mercado internacional

A partir de lo anterior es importante connotar lo descrito por Rojas (2012), en su análisis: Estudio de cooperación entre Colombia y Corea del Sur en el sector textil-confecciones, en el cual señala que Colombia tiene una cadena textil que no satisface la demanda de los confeccionistas nacionales y en

consecuencia se tienen que adquirir los insumos de otros comercializadores, que en la mayoría de los casos no pertenecen al mercado local ocasionando que el producto final resulte comparativamente más costoso que los de los competidores internacionales. Para dar solución a esto el mercado surcoreano sugiere que el sector textil debe modernizar su maquinaria y sus equipos de industria, también debe invertir en investigación para el desarrollo de nuevos materiales y, así mismo, se debe invertir en el fortalecimiento de las industrias textiles locales e incentivar la creación e implementación de industrias surcoreanas en el país.

Posteriormente, Mercado y Montalvo (2011) realizaron un análisis comparativo entre las cadenas productivas del sector textil-confecciones de la provincia de Jiangsu-China y el departamento del Atlántico-Colombia, en el que se determinó la necesidad de mejorar las cadenas productivas del sector textil en el departamento del Atlántico ya que se identificó que, a diferencia de este sector, las organizaciones de la provincia de Jiangsu cuentan con un desarrollo productivo y competitivo basado en la cooperación o asociatividad empresarial las cuales están apoyadas en políticas del gobierno nacional, lo que facilita la inversión en tecnología, innovación y sistemas de información a largo plazo. Con lo anterior los autores concluyen que si el gobierno crea políticas de apoyo es posible que la inversión aumente y las cadenas productivas sean óptimas para el sector.

Más adelante Solano, Arrieta y Mendoza (2015) en su estudio “Comercio exportador sector textil - confecciones en Colombia y departamento del Atlántico: Una aproximación a los modelos gravitacionales”, realizado a través de la revista *bread*, evidenciaron ventajas competitivas para los empresarios, teniendo en cuenta que el sector textil en Colombia es importante para el sector manufacturero, en relación positiva por el empleo, PIB nacional y exportaciones realizadas. A través del desarrollo se dice que en el departamento del Atlántico es un punto estratégico debido a la ubicación geográfica y facilidades de exportación por bajos costos de transporte, además se constató que el sector es perteneciente al mercado oligopólico en el cual las empresas están más cerca a los mercados nacionales y, así mismo, ser partícipes en economías de escala a nivel nacional.

Productividad y competitividad del sector textil

Zuluaga, Molina y Guisao (2011) en su investigación: “La evaluación de proveedores en la gestión del abastecimiento en las empresas del sector textil, confección, diseño y moda en Colombia”, a través del desarrollo demostró nuevas implementaciones en el ámbito de gestión a las empresas exportadoras y pymes que sean destacadas en el mercado local, teniendo en cuenta este factor se crea el modelo

AHP el cual es adaptado para empresas fructíferas en textil y confecciones para una buena elección de los proveedores en diferentes aspectos, teniendo en cuenta la aplicación de este, se analizan diversas fases por la cual se califica al proveedor y/o distribuidor y así determinar si cuenta con la capacidad de cubrimiento, desempeño y procesos internos y externos.

Por otro lado, Camelo y Duque (2017) en su análisis “Estrategia de internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá”, demuestra en su desarrollo la demanda a nivel nacional en este sector, debido a que cuentan con cobertura a la altura local y regional; se resalta de manera negativa las falencias, falta de oportunidad y adaptación a nuevas tendencias, debido a la falta de conocimientos y capacitaciones al empleador y empleado, para así llevar a cabo un buen análisis de toma de decisiones. Teniendo en cuenta los factores negativos se dan a la creación nuevas estrategias para las pymes, que a través de estas sean reconocida y se brinde la oportunidad a nivel internacional de ser partícipes en nuevos mercados, ampliando su oferta para así lograr satisfacer clientes externos y nuevos.

Por otra parte, Zuluaga (2018) realizó un análisis “Gestión logística en el sector textil-confección en Colombia: retos y oportunidades de mejora para la competitividad”, teniendo en cuenta los factores externos relacionados con la situación socioeconómica del país y las políticas de importación y exportación, en el cual las empresas deben establecer estrategias y medidas drásticas de corto a largo plazo garantizando que la productividad aumente y no se presenten pérdidas ni desequilibrios. A través del desarrollo se evidenció que a pesar de las situaciones adversas que pueda presentar el país en cuanto a la economía estén capacitadas para sobrellevar y mantenerse en una situación compleja, de tal modo reduciendo costes de almacenaje y transporte, así mismo, en los ámbitos de logística y planificación de la demanda, se resaltan procesos y herramientas para estar en la capacidad de mejorar como empresa en cuanto a la competitividad.

Sin embargo, Campos (2014) llevó a cabo un artículo de investigación sobre el sector textil en Colombia buscando el desarrollo de cómo ser más competitivos, debido a que existen problemas en la industria textil siendo el sistema productivo el que presenta dificultades, a raíz de esto se adaptan políticas para fortalecer la economía del sector del cual se habla, contando con un soporte activo para sustentar crisis de la economía para así no verse afectada, además se dice que se está generando una evolución en cuanto a la modernización, infraestructura y alta tecnología, es decir condicionar los procesos logísticos, nuevas formas de innovación, logrando un mejor coste en las producciones y así

mismo las garantías de calidad, esto se da adecuadamente ofreciendo paquetes de diseño integral donde se garantiza la reestructuración, nuevas estrategias y así mismo impulsando el sector manufacturero.

Respecto a las plataformas logísticas se busca reducir los procesos del sector, se lleva a cabo una investigación explicativa; Gomez y Porras (2014) se enfocan en “Perfil Logístico de Colombia – Sector Textil y Confecciones”, en su desarrollo se evidencia que en el índice de desempeño, Colombia está ubicada en el puesto 63 (Indicadores de desarrollo mundial, 2012), es decir, presenta falencias en el cual no logra aportar un suficiente potencial para el crecimiento y la competitividad. Por otro lado, el gobierno de Santos en su momento enfatizó que sería ampliada la política industrial, el cual consistió en aumentar las medidas, siendo más drásticas para posicionar el País, por tanto, el sector e incremento del mismo y la competitividad, esto para quienes adopten esta política y sean acreedores a nuevas ventajas competitivas

En relación con la competitividad y desarrollo de las empresas, Mojica y Jiménez (2017) en su investigación “Análisis a la crisis del sector en las Mipymes, guiada por las importaciones masivas de China, el mal manejo de Políticas públicas y la falta de buenas prácticas para la Competencia” determinaron el impacto socioeconómico que causan las pymes del sector textil en Bogotá, en el cual se vio afectada por la invasión de la industria China en términos de precios ya que su mercado penetra frente a otros por este factor, generando desventajas para los productores locales. Cabe resaltar que la industria en Colombia compite en calidad y no en precio, es clave para la investigación datos importantes como contrabandos procedentes de China, importaciones y demás, a través de estos factores se evidenció la gran competencia a la que día a día se enfrenta el mercado colombiano a causa de falta de capacitación y tecnología.

Finalmente Muñoz (2011) elabora un plan de negocios el cual tiene como objetivo principal es Llevar a cabo la creación de la empresa Live up jeans, la cual se encargará de producir jeans moldeadores de figura para ser exportados a Estados Unidos y ser comercializados en las principales ciudades del estado de Florida esta empresa surge en función de cambiar la funcionalidad y el diseño de una de las prendas más usadas en el mundo “los jeans”, por medio de la elaboración de este proyecto se van a generar en promedio 17 nuevos puestos de trabajo tanto a nivel local como extranjero.

Tomando en cuenta la información anterior se ha evidenciado que el sector textil colombiano es un sector que, a pesar de las dificultades comerciales, productivas y de competitividad, cuenta con un gran potencial de crecimiento y evidencia apoyo estatal y aplicación estrategias logísticas y productivas que otros países usan en sus procesos para que la competitividad mejore. El crecimiento

de este sector es un reto para la economía, ya que si se logra fortalecer se crearían nuevos puestos de trabajo y las exportaciones de este sector serían más activas, lo cual sería favorable tanto para los empresarios del sector textil como para el país en general.

Referente conceptual o teórico: Nueva teoría del comercio internacional

La nueva teoría del comercio internacional mediante la competencia imperfecta señala los diferentes motivos y beneficios del comercio que no se relacionan con las diferencias entre países y sus ventajas competitivas. En esta nueva teoría se estima que actualmente los países comercian para conseguir economías de escala en la producción, o para tener acceso a una diversificación de bienes que impulsa el aumento de la competencia y la expansión de un mercado. (Austrias, 2011)

Las teorías convencionales del comercio señalaban que el intercambio de bienes y servicios entre países se podía presentar principalmente porque una de las partes posee ventajas comparativas, lo que hacía referencia a que en el intercambio existían diferencias importantes entre la tecnología o factores de dotación, con la nueva teoría del comercio internacional se estudia que el intercambio comercial puede surgir por otro tipo de situaciones, por ejemplo, el aprovechamiento de las economías de escala en la producción. Lo mencionado anteriormente da origen a nuevas corrientes del comercio internacional, de las cuales se hará énfasis en el comercio intraindustrial.

El comercio intraindustrial se presenta cuando dos países poseen economías similares, es decir, tienen industrias parecidas y ninguno presenta ventaja comparativa en la producción de un bien específico, sin embargo uno de los países cuenta con que su producto tiene factores diferenciales que resultan atractivos para los consumidores del otro país, estos factores pueden ser: diseño, calidad, materiales, etc, por ello surge el comercio intraindustrial y es uno de los más usados en la actualidad, se presenta en su mayoría en los sectores textiles, de calzado y confitería..

Según Lucángeli (2007, p.9), considera el comercio intraindustrial como procesos de compra internacional, sobre mercancías simultáneas bajo una misma actividad comercial, así mismo señala los tipos de similitud de los productos, en el caso del sector textil, en el cual se dice que el bien puede llegar a cumplir funciones básicas, pero así mismo se diversifica por factores tales como diseño, calidad y otras diferencias en el cual lo destaca.

Metodología

El presente trabajo se realiza bajo la metodología de investigación cualitativa que según Sampieri (2014) “se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos”(p.75); este enfoque debido a que se llevan a cabo indagaciones exclusivamente de documentos para generar alternativas de solución al problema de investigación, teniendo en cuenta que se busca plantear estrategias para exportaciones activas en el sector textil. Además, es de alcance descriptivo ya que se describe a profundidad el tema a tratar, en el cual se explican las diferentes variables con las que cuenta este sector; cabe resaltar que es un trabajo de revisión documental, su técnica de recolección de información es de un análisis documental y se lleva a cabo una interpretación de la información encontrada. Algunas de las fuentes más relevantes son: Colombiatex, Dian, Procolombia, Legiscomex, Canaintex (Cámara Nacional de la Industria Textil) y Profeco (Procuraduría Federal del Consumidor).

Resultados

Análisis del sector textil y producción de jeans tipo Colombiano

El sector textil colombiano inicia con la existencia de pequeños talleres y comercios en los años 1870, treinta años después, en 1907 nace la empresa Coltejer como la primera empresa textil del país, la cual aún continúa con sus actividades productivas, luego surgieron empresas como El Hato, la compañía de tejidos de Bellos etc, (Gonzales, 2016), como respuesta a las necesidades del mercado colombiano empezaron a surgir empresas como Leonisa la cual es una marca de productos específicos y terminados. Las empresas textiles tuvieron una gran acogida en el mercado colombiano y por ello se decidió abrir paso a la internacionalización de este sector. Luego de esto se crea en los años 80 la institución inextmoda, su principal objetivo es dar a conocer el sector textil colombiano en el mercado internacional. Dos años después aparecen Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, cuyo principal objetivo era abrir las negociaciones y los intercambios comerciales (Sectorial, 2011).

El sector textil se volvió tan importante que las instituciones educativas incluían programas textiles en sus planes de estudio (Sectorial, 2011), aumentando así la especialización en este sector. Como consecuencia de esto, inversionistas extranjeros empezaron a poner sus ojos sobre el mercado textil Colombiano. Desde 1990 a la actualidad los grandes empresarios del sector textil han guiado su

búsqueda hacia el aumento de la competitividad, una mayor diversificación de mercados y la creación y solidificación de un sector textil de talla mundial. Según Gonzalez (2016) “Hoy por hoy en el país hay medio millar de empresas destinadas al textil y operan cerca de 10.000 plantas formales de producción manufacturera. El sector emplea a más de 450.000 personas y produce 950 millones de metros cuadrados de tela al año.” párr 2.

El fin de este trabajo es presentar estrategias que permitan y posibiliten la reactivación de las exportaciones del sector textil, a través de la producción y exportación de jeans. Colombia actualmente exporta este producto a países como: Estados Unidos, México, Ecuador, Panamá, entre otros. “Según el Dane, en septiembre de 2019 las ventas externas del sector textil del país sumaron US\$3079,8 millones y presentaron una disminución de 12,3 % en relación con septiembre de 2018” (El País,2019). Dichas exportaciones están disminuyendo por falta de estrategias y alianzas comerciales, por ello “es necesario implementar nuevas medidas para impulsar la producción textil y confeccionista de Colombia” (Dinero, 2018, párr 6) que permitan a los productores colombianos darse a conocer en mercados extranjeros.

ProColombia resalta que el mercado mexicano presenta altas demandas de productos colombianos como la confitería, los licores, el turismo y los jeanswear, debido a que sus gustos son muy afines con los colombianos, en las características que expone ProColombia consolidan perfiles a los cuales pocas empresas pueden responder. De acuerdo a lo indagado se concluye que Colombia cuenta con oportunidades comerciales pero las empresas no satisfacen la demanda ya que no son lo suficientemente sólidas y competitivas, ignorando que el comercio internacional ofrece muchas estrategias que les permite penetrar otros mercados, por ejemplo alianzas estratégicas con el fin de ayudar a los productores y exportadores a dar a conocer sus productos y poderlos comercializar.

Colombia es un país que tiene oportunidades significativas para la exportación de productos del sector textil, sin embargo, debido a la falta de conocimiento y estrategias no ha sido aprovechado dejando pasar oportunidades locales y de inversión extranjera. La industria colombiana siempre ha resaltado por diseños y productos de calidad que son aceptados por su adaptabilidad en los mercados, uno de los sectores más aceptados es el textil, debido a la innovación y tecnología que alcanza, siendo clave para la diversificación de productos y la exportación de los mismos.

Según el Dane, a través de Indexmoda, las cifras de producción anual de productos textiles evidencia para el año actual que la producción ha decrecido, presentando una variación de -27,2% frente a los años 2017, 2018 y 2019, en el cual desde el 2019 se ve afectada la producción, teniendo

en cuenta que los índices de ventas han decaído, generando efectos negativos en el canal comercial, además, como consecuencia de la pandemia mundial, las empresas se han visto obligadas a la confección de tapabocas y trajes de telas anti fluidos siendo esta una porción del mercado que no alcanza a reemplazar la cadena de producción, ya que las empresas se vieron en la necesidad de realizar cambios de confección en cuanto a sus productos.

Según Dane (2020) las importaciones de prendas de vestir tuvieron una variación en el año 2018 de 14,5% frente a las importaciones del año anterior, en 2019 las importaciones tuvieron una variación negativa de -0,3% con un total de \$781.499 USD CIF, los países que encabezan las importaciones son China, Bangladesh, Vietnam y Turquía y las principales empresas importadoras son Permoda Ltda, Texmoda S.A.S, H &M hennes & Mauritz Colombia S.A.S, entre otras. Las importaciones de prendas y complementos de vestir de punto, hasta mayo del 2020 llevan un acumulado de \$69.979 USD lo que constituye un 33.09% de las importaciones totales.

Colombia es uno de los principales países exportadores de textiles, sus exportaciones representan el 5% de la producción total, según ProColombia, siendo este sector uno de los más importantes. Países como Estados Unidos importa el 40% de este sector, aprovechando el tratado de libre comercio debido a que por sus aranceles se benefician al importar diversas prendas de esta industria, las prendas que más se comercializa en el país ya mencionado es jeans de hombre, pantalón para mujer, fajas y camisetas, como también la ropa de playa. El arancel para estos productos es cero lo cual ayuda al crecimiento de las exportaciones, ya que esta industria puede crear propuestas de valor agregado y así mismo por diseño, horma y calidad es competitiva frente al mercado internacional.

De acuerdo al Dane, entre Enero y Mayo 2020, la variación de exportación de textiles es de -41,8% es decir \$56.594 dólares, dentro de lo cual en primer lugar está Ecuador representando un 23,2%, en segundo lugar México con 17,2%, en tercer lugar Brasil con 16.8% y por último, Estados Unidos con un 15,9%, cifras del Dane 2020. Las exportaciones a nivel mundial se ven afectadas debido a la pandemia y la presión comercial entre China y Estados Unidos. Además la industria Colombiana presenta oportunidad de ampliar la cuota de mercado debido a que el enfoque del comercio está guiado hacia una consolidación más regional para disminuir riesgos.

De acuerdo a las exportaciones que conlleva el sector textil para el año 2020 Enero – mayo, según el Dane y la Dian, las principales empresas que presentan alta inversión son Enka de Colombia S.A con 17.222.704 Fob Dólares, Manufacturas Eliot S.A.S con 11.350.300 USD, Textiles Lafayette S.A.S 5.535.447 USD, Fabricato S.A 2.790.295 USD, por último, la empresa Protela S.A

representando 2.084.932 USD, además se evidencia en el estudio realizado por el Dane que las materias primas en transacción hacia otros países son Filamentos sintéticos o artificiales que representa \$ 17.103.000 dólares, tejidos de punto \$ 13.164.000 USD y tejidos impregnados, recubiertos \$ 10.952.000.

Por otra parte, la participación de categorías en el consumo de moda en Junio 2020, según Raddar a través de una elaboración sectorial dice que la participación es de 56.60% y los gastos son de 10,27 Billones, es decir representa una variación de -17,7%, además se cuenta con tendencias de primavera – verano 2021 interpuestas por Colombiatex en el cual estas son debatidas mediante un foro. Por medio de esta se determinaron factores a tener en cuenta en el ciclo tendencia 2021, los cuales son cuidados a selección de muestras textiles según el tejido o el uso del mismo, botones, herrajes y accesorios agrupados por tendencias de moda, también la exposición de procesos y acabados en denim que predominarán en la temporada.

Con respecto al gasto de moda para Junio de 2020, representó un 2,8% del gasto de las familias lo que significa que los colombianos gastaron 1,63 billones de pesos en la canasta de moda lo que vuelve al mercado textil colombiano un mercado dinámico y constante, además las ciudades con mayor mercado demandante de moda en Colombia son Bogotá, Medellín y Cali las cuales mantienen una participación del 33%,10% y 6% frente al mercado nacional (Indexmoda, 2020).

Se debe agregar que en Colombia se producen jeans de diversos materiales y según la Cámara de Comercio de Bogotá (2018) de los años 2008 a 2018 se produjo 500 millones de jeans tipo colombiano, hoy en día se cuenta con una materia prima de calidad y comodidad la cual es el denim, siendo este material producido en Colombia, y se trata de una tela en algodón y color blanco, para luego ser teñida de color azul y así proceder con el diseño; la tela cuenta con una tecnología integrada que la hace elástica, además como factor diferencial y agregado de los jeans es el material, el diseño y la horma, llevando a cabo la producción de este se confecciona con pretina ancha para moldearse al cuerpo, además se confecciona con pinzas verticales bajo la pretina y con costuras en forma de corazón para así moldear los glúteos (Topm jeans, 2018).

La cadena de valor de la producción de jeans colombiano implica la logística de entrada que abarca las operaciones de negociación, compra y adquisición de las materias primas y los insumos para elaborar los jeans; dichos materiales son el denim, los cierres, los botones, remaches e hilos; el siguiente eslabón en la cadena de valor es el almacenamiento y la distribución de los materiales dentro de la compañía para la elaboración de jeans tipo colombiano. Según Betancourth (2011) es importante

garantizar la calidad del producto en cada proceso de la cadena de valor por ello es necesario un buen cumplimiento de políticas tanto de la empresa productora como de los proveedores, además de contar con inventarios óptimos y pedidos proyectados.

Al momento de tener la materia prima y los insumos se procede a transformarlos otorgándole el valor diferencial al producto mediante el diseño, corte, costura, confección y mantenimiento, siguiendo las proyecciones de planeación las cuales determinan el porcentaje de distribución y almacenamiento de lo producido; por último se distribuye supliendo la demanda local y la externa que, como se ha mencionado anteriormente, prima particularmente en países como Ecuador, Estados Unidos y México.

Con base en los conceptos analizados anteriormente se concluye que el sector textil colombiano es de gran importancia para la economía, siendo un sector que está abierto a la innovación lo que le permite diversificar sus productos, además cuenta con un gran potencial para su expansión porque es visto de buena manera en los mercados extranjeros como resultado de su trayectoria y calidad.

Comportamiento de la industria textil mexicana

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Cámara Nacional de la Industria Textil (2020), el sector textil mexicano evidencia para el año 2019 una participación del 3.2% en el PIB manufacturero representando un leve déficit comercial frente a años anteriores como lo es el año 2015 con 3.6%, teniendo en cuenta que el sector ha generado empleo a 640 mil personas en la industria textil y de confección, además cuenta con gran participación y relación con sectores de la economía y comercio exterior.

Por otra parte, se observa en estadísticas del informe realizado por INEGI que el crecimiento anual de precios en la industria es menor al Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) de los años 2003 a 2019. Anexo a lo anterior, los insumos de la industria textil en su mayoría son nacionales con 58.9 e importados con 41.1, es decir cuenta con menor dependencia de las importaciones ya que el sector en México es de gran impacto y cuenta con empresas dedicadas a la producción de estas.

Según logycom (2020), de acuerdo a las importaciones de la industria textil y de confección corresponde a un 60% de productos textiles y 40% a productos ya confeccionados, además se cuenta dos proveedores principales: Estados Unidos representa un 36,2% y China 29,3% debido la participación del mercado del gigante asiático, por otra parte, países asiáticos también se hacen partícipes a las importaciones ya que allí todo es a menor precio.

México es destacado por el sector textil por prendas no confeccionadas, es decir tela mezclilla o denim, reconocida por la calidad y por bajos costos de fabricación, además las dos ciudades principales productoras de tela y pantalones de algodón son Coahuila y Durango. El país produce alrededor de 3 millones de prendas semanalmente de tela mezclilla, “los pantalones de mezclilla generan ventas por más de 7.850 millones de dólares anuales en México”.

Por otra parte, las prendas confeccionadas por empresas mexicanas, es decir producidas en el mismo país son hechos con materia prima elaborada en estados ya mencionados de México. Para los jeans o pantalones en algodón los modelos se toman de empresas americanas, es decir, clásicos sin horma, frente a lo que el jeans tipo colombiano se destaca y mantiene una ventaja en la producción ya que hace un seguimiento cuidadoso en el diseño y búsqueda de factores diferenciales como la implementación de pretinas anchas y preses levantacola o “push up” especiales que moldean la figura de la mujer y destacan sus curvas (BBC, 2016). Según, Miguel Ángel Andreu, director de la consultora Cedetex “Los mexicanos tienen en promedio cinco *jeans* en sus armarios, cada uno con un precio de entre 250 y 500 pesos mexicanos”

Según medium (2019), México produce en promedio 12 millones de jeans al mes de los cuales exporta el 60% a Estados Unidos, es decir el principal objetivo de su producción es la exportación, el 40% restante es distribuido entre la demanda interna, Colombia, Perú y Chile. En conclusión México no logra cubrir su demanda interna lo cual se convierte en una oportunidad comercial para Colombia específicamente para los jeans tipo colombiano, ya que estos van dirigidos al sector femenino, un sector en el cual México no se ha especializado debido a que su producción en su mayoría son para los hombres, y para las mujeres los diseños y horma son clásicos basados en los modelos americanos (Maldonado, 2016)

De acuerdo a logycom (s.f), las importaciones que realiza el país destino provienen de su principal proveedor EEUU, seguido de China, Bangladesh, Vietnam y la India, es decir países asiáticos los cuales son países altamente competitivos en precio pero no cuentan con factores determinantes que tiene Colombia como lo son la ubicación geográfica, la tasa de cambio, las certificaciones de calidad que ha obtenido Colombia en este producto y las alianzas comerciales regionales, las cuales dan luz verde a los empresarios para impulsar las exportaciones de este producto.

En resumen, México presenta una oportunidad comercial para Colombia bajo la teoría del comercio intraindustrial en donde se determina que países con mercados similares pueden tener oportunidades

comerciales debido a que el comportamiento de los consumidores es afín y los productos tienen alta aceptación, ya que cuentan con alta diferenciación en los dos mercados.

Estrategias productivas y comerciales que facilitan la entrada a México

De acuerdo a Gloria García (2012), es importante que un país reconozca sus habilidades para la exportación ya que partiendo de esto inicia el proceso de encadenamiento de decisiones que hacen parte de una estrategia. Luego de analizar las variables del sector textil local (colombiano) y del país destino en este caso México, se determina el modo de entrada cuyo principal objetivo es la facilitación de procesos para aumentar las exportaciones.

Para el siguiente trabajo se han analizado dos modos de entrada a México. En primer lugar, exportación indirecta con intermediario, a través de empresas distribuidoras que estén interesadas en la compra de los productos para así venderlos a un cliente final como producto de su marca propia, resaltando el país donde el bien fue producido.

La segunda estrategia se llevará a cabo mediante la cooperación basada en agrupaciones para exportar, la cual consiste en alianzas de diversas pymes que no cuentan con el capital suficiente para exportar y su portafolio de productos no es amplio; esta agrupación hace posible que las empresas exporten y así generen un segmento de mercado en otros países, y su principal objetivo debe ser mantener su factor diferencial otorgando mayor valor agregado al producto.

La empresa exportadora debe cumplir con los siguientes requisitos: Inscripción en el registro federal de contribuyentes y ante el servicio de administración tributaria, encargo conferido, padrón de importadores, certificado de origen, factura comercial, ventanilla única de comercio exterior y comprobantes de valor electrónico, impuestos, regulaciones y restricciones no arancelarias y por último, pedimento de importación, para así llevar a cabo el proceso de ser permitida la transacción hacia México o cualquier país destino, principalmente se determinan indicaciones para exportar la mercancía en este caso jeans, estipuladas por los diferentes organismos asociados al proceso de internacionalización de los productos; dentro de los requisitos se debe tener en cuenta la expedición del certificado de origen, tramitación de requisitos, permisos y autorizaciones ante la ventanilla única de comercio exterior los cuales cuentan con el visto bueno de la Dian (Comercio y aduanas, 2019). Por otro lado, es necesario tramitar ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la Solicitud de Determinación de Origen, el cual tendrá una vigencia de dos años y permite acceso preferencial a

los países con los cuales Colombia haya contraído acuerdos comerciales, lo cual aplica para el presente caso al tratarse de México como país destino.

Actualmente Colombia cuenta con 16 Acuerdos Comerciales vigentes que les permiten acceso preferencial a más de 60 países, entre dichos acuerdos se encuentra el Tratado de Libre Comercio Colombia-México, el cual entró en vigencia el 1 de enero de 1995 y permite el intercambio de textiles a un arancel del 0%. A pesar de la inexistencia de aranceles el gobierno federal estableció medidas de regulaciones y restricciones no arancelarias, como lo son permisos previos, cupos, normas oficiales mexicanas, cuotas compensatorias, certificaciones, mercado del país de origen, por otra parte es importante exponer la práctica comercial conocida como dumping, en el cual dicho objeto a exportar presenta dumping cuando se introduce al mercado mexicano a un precio inferior al de venta en el mercado del país de origen, afectando el comercio nacional y promoviendo el desempleo por culpa de la deslealtad de los precios, la comercializadora-importadora debiera encargarse de que se cumpla el antidumping en la transacción. (LegisComex, 2020)

De acuerdo a lo indagado de la industria textil del mercado local y país destino, se busca plantear diversas maneras para internacionalizar una empresa, en este caso de manera indirecta con intermediario creando alianzas con empresas mexicanas reconocidas allí, las cuales sean partícipes con la comercialización de jeans para dama como intermediarias hasta el cliente final, es decir, la prenda es confeccionada en Colombia sin etiqueta dando opción a la empresa de comercializar el producto con marca propia, pero resaltando el lugar de origen “Hecho en Colombia” siendo esto pactado en el contrato a realizar, es decir en la marquilla se encontraría el país donde el bien fue producido. Luego se procede con la venta a empresas como Levi’s, Vertiche, Calvin Klein y empresas con las que se pueda crear esta alianza estratégica, siendo estas grandes empresas en la industria textil dando un espacio hacia este nuevo mercado, a través de una línea de productos colombianos con nombre alusivo al país origen, la exportación indirecta es opción estratégica de entrada más barata para una empresa. Por otra parte, la empresa exportadora debe contar con un negociador internacional, esta persona se encarga de buscar empresas con las que pueda crear alianzas de comercialización, suministrando información necesaria a la empresa para así llevar a cabo el acuerdo.

Como segunda estrategia de comercialización se propone que las pequeñas y medianas empresas se unan para consolidar una cooperativa. Gracias a la investigación previa y los aportes de Gonzales (2015) se evidencia que el sector textil cuenta con diversidad de pymes productoras de jeans tipo colombiano principalmente en las ciudades de Medellín, Bogotá y Cali. Dichas empresas son

productoras del bien pero se apoyan en intermediarios para vender sus productos en el mercado nacional, es por eso que se evidencia la necesidad de una figura administrativa que no genere dependencia económica para una pyme si no que sea un apoyo y un impulso para lograr sus objetivos. Como respuesta a esto las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda las cuales son administradas por los mismos socios quienes a su vez pueden tener sociedades con otras personas o empresas.

Según Blanco (2018) basándose en las cooperativas exportadoras de café sustenta que una cooperativa otorga de manera asociativa el capital financiero (de manera consolidada o por financiamiento bancario), la democracia, facilidad de trámites de exportación, la capacitación y reconocimiento que necesita un empresario para vencer el miedo y empezar a incursionar en mercados extranjeros.

Según la República (2019) los requisitos para constituir una cooperativa son: primero, Contar con un mínimo de 20 empresas para este caso pymes pertenecientes al sector textil dedicadas a la producción de Jeans tipo Colombiano, segundo nombrar un comité organizador de manera democrática, tercero tomar un curso básico en economía solidaria de mínimo 20 horas, cuarto determinar la actividad y el interés de la organización; la cooperativa a constituir será de explotación con el fin de comercializar Jeans tipo colombiano a mercados extranjeros.

Teniendo en cuenta los aportes de la República (2019) el primer paso para constituir legalmente la cooperativa es convocar una asamblea de constitución, en donde para iniciar se nombra el presidente y secretario de la asamblea, luego de esto se llevará a cabo la asamblea donde se elige el consejo de administración, la junta de vigilancia, el revisor fiscal y demás comités; el paso a seguir es definir el nombre de la cooperativa y cuáles serán los aportes sociales.

Luego de realizar el procedimiento se procederá a registrar la cooperativa ante la Cámara de Comercio, para ello se necesita:

- Mínimo 20 asociados
- Constancia del representante legal frente al cumplimiento de las normas especiales del cooperativismo.
- El documento de constitución debe estar suscrito por todos los otorgantes o constituyentes.
- Su vigencia es indefinida (Circular Externa nro. 8 de 2012 de la Superintendencia de Economía Solidaria).

- Certificado de acreditación sobre educación solidaria, expedido por la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (Circular Externa nro. 8 de 2012 de la Superintendencia de Economía Solidaria, Decreto 019 de 2012).(Cámara de Comercio de Bogotá, s.f,párr 3)

Los últimos pasos que se deben seguir para constituir la cooperativa debe ser el control de legalidad y el registro ante la Dian.Cuando la cooperativa esté constituida legalmente se encargará de:

1. Promover el consumo de jeans tipo Colombiano en México: Esto se logra a través de campañas de marketing hechas estratégicamente para resaltar los atributos del producto Colombiano
2. Investigar y transferir tecnología: Se deben realizar las investigaciones donde se hallen datos para optimizar los procesos de producción, la tecnología y la calidad de las telas.
3. Gestionar alianzas y proyectos: La cooperativa será responsable de constituir nuevas alianzas con empresas internacionales y encabezar proyectos con el objetivo de obtener certificaciones de calidad para lograr un mayor reconocimiento.
4. Garantizar la calidad de los productos: Es necesario un seguimiento detallado de los jeans para que el factor diferencial se mantenga y destaque en los mercados extranjeros, en este caso en el mercado Mexicano.

Todo esto se propone teniendo como ejemplo las cooperativas exportadoras de café quienes según la Federación Nacional de Cafeteros (2020) en Colombia cuentan con 33 cooperativas de caficultores, con sus 525 puntos de compra constituidas de manera estratégica para la comercialización de este bien.

Con base en la recopilación de información que brindan las cooperativas cafetaleras, es importante que el principio de estrategia conjunta siempre se base en factores de calidad y diferenciación del producto, así como en todas las ventajas que brinda la sociedad legal y estratégicamente establecida para competir, de manera que la penetración de nuevos mercados sea más eficiente y les permite ingresar bajo su propia marca, lo que puede crear nuevos segmentos de mercado, comportamiento del consumidor y más oportunidades laborales.

Conclusiones

Teniendo en cuenta el análisis del comportamiento en el mercado interno se concluye que el sector textil colombiano tiene más de 150 años de historia, en los cuales se han desarrollado productos innovadores para el mercado textil, logrando posicionar a Colombia como un país importante en este

sector, debido a que cuenta con alta demanda interna ya que el consumidor colombiano gasta una cantidad significativa de dinero en rubros de moda, lo cual hace de la industria textil colombiana una industria dinámica y cambiante que compite con las importaciones procedentes de países como China y Bangladesh, los cuales compiten en precios ya que y no en calidad debido a que ofrecen productos con precios más bajos .

Al momento de analizar el mercado textil mexicano se evidenció que un factor clave para la penetración de este mercado es la falta de oferta hacia el mercado local, debido a que gran parte de su producción se enfoca en la exportación descuidando su demanda interna, la cual muestra un alto nivel de aceptación de los productos colombianos, en este caso los jeans, debido a su factor diferencial explicado anteriormente en el documento.

Las estrategias comerciales planteadas para reactivar la exportación de jeans tipo colombiano son la exportación indirecta con intermediario y la estrategia de cooperación basada en agrupaciones de 20 o más empresas del sector textil, las cuales tienen como principal objetivo ofrecer posibilidades de exportación que estén más al alcance de las pymes y que las grandes empresas exportadoras puedan alcanzar nuevos mercados para ganar mayor reconocimiento e impulsar las ventas del sector textil colombiano.

Se pronostica que con la implementación de las estrategias mencionadas anteriormente los empresarios exporten de manera más activa y el sector textil gane aún más importancia en términos de PIB y reconocimiento a nivel mundial.

Referencias

Arte en Denim (18, 10, 2019) La Mezclilla: Base de la Industria Textil Mexicana [Entrada de blog]. Recuperado de: https://medium.com/@mkt_37216/la-mezclilla-base-de-la-industria-textil-mexicana-d3d21bc137f

Asturias Corporación Universitaria (S. F). La Nueva Teoría del Comercio. Comercio Inter e Intraindustrial. Ventaja Competitiva Nacional [e-book]. Recuperado de: https://www.centrovirtual.com/recursos/biblioteca/pdf/comercio_internacional/unidad1_pdf4.pdf

Austrias, Corporación Universitaria.(2011). La Nueva Teoría del Comercio. Comercio Inter e Intraindustrial. Ventaja Competitiva Nacional. Recuperado de:https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/comercio_internacional/unidad1_pdf4.p

Betancourt, K., Betancur, A., Boteri, A., Giraldo, A. (2011). Plan de negocios exportador (Tesis de maestría, Universidad Jorge Tadeo Lozano). Recuperado de: <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/207/Karen%20Viviana%20Betancourt%20Hoyos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Campos Tavera, A. G, (2014, junio). *El sector textil en Colombia ¿Cómo ser más competitivos?* (Tesis maestría, Universidad militar nueva granada). Recuperado 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;jsessionid=5083AC0154B1A994604412553E0B4547?sequence=1>

Ceballos, A. (2019). Documentos y Requisitos para Importar a México 2020. Comercio y aduanas. Recuperado de: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/requisitosparaimportar/lista-de-requisitos-y-documentos-para-importar/>

Colombiatex (s.f.) Recuperado de <https://colombiatex.inexmoda.org.co/es/exhibe-en-el-foro-de-tendencias/> el 22, 08, 2020

Conociendo la industria textil y de la confección (s.f) recuperado de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/Indtiatextil2020.pdf> 15,08,2020

De Cicco, J. A. (2010). Características y determinantes del comercio Intraindustrial Argentino (Tesis de grado, Universidad nacional de Mar del Plata). Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11676927.pdf>

Dinero. (2018, 18 de Enero).El S.O. S de los empresarios para rescatar a la industria de confección *Dinero*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/crisis-de-la-industria-de-la-confeccion-en-colombia/254274>

De Cicco, Javier Alfredo. (2010). Características y determinantes del comercio intraindustrial Argentino: periodo 1992 - 2007 (Trabajo de grado). Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11676927.pdf>

Duque Pineda, L. F. y Camelo Diaz. P. N. (2017). *Estrategia de internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá* (Trabajo de grado, Universidad de la Salle) Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/bad3/a8550753651dac7ef28048cc5b7b2f301daf.pdf>

DIAN. (2020). Perfil de la mercancía. Dian. Recuperado de: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

Dinero. (2018, 18 de Enero). El S.O. S de los empresarios para rescatar a la industria de confección Dinero. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/crisis-de-la-industria-de-la-confeccion-en-colombia/254274>

Dinero. (2020, 8 de Noviembre). Textileros dicen que el Gobierno "no le ha cumplido" a esa industria. *Dinero*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/sector-de-la-moda-pide-al-gobierno-cumplir-con-las-promesas/295462>

"El levanta cola y el diseño van de la mano": el secreto detrás del éxito de los jeans colombianos (2016, Septiembre 08).Portafolio.Recuperado de:<https://www.portafolio.co/negocios/jeans-colombianos-continuan-conquistando-a-los-mercados-528141>

El nuevo Siglo. (10 de Marzo de 2011).El sector textil ha perdido 600 mil empleos. *El Nuevo Siglo*. Recuperado de: <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/03-2019-el-sector-textil-ha-perdido-600-mil-empleos-en-12-anos>

El país. (01 de Noviembre de 2019). Exportaciones de Colombia siguen cayendo, en septiembre bajaron 4,7%. *El País*. Recuperado de <https://www.elpais.com.co/economia/exportaciones-de-colombia-siguen-cayendo-en-septiembre-bajaron-4-7.html/>

El país. (01 de Noviembre de 2019). Exportaciones de Colombia siguen cayendo, en septiembre bajaron 4,7%. *El País*. Recuperado de <https://www.elpais.com.co/economia/exportaciones-de-colombia-siguen-cayendo-en-septiembre-bajaron-4-7.html/>

Embajada de México Nigeria. (S.F). Datos Básicos de México [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://embamex.sre.gob.mx/nigeria/index.php/es/mexico-informacion>

Federación de cafeteros (2020) Cooperativas de caficultores. Federación de cafeteros. Recuperado de: <https://federaciondecafeteros.org/wp/glosario/cooperativas-de-caficultores/>

García, G. (2012). Estrategias de internacionalización de la empresa [e-book]. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uniagustiniana/48986?prev=bf>

Gómez Díaz, S. y Porras Rodríguez, J. P. (2014). *Perfil Logístico de Colombia – Sector Textil y Confecciones*. (Trabajo de grado, Universidad del Rosario) Recuperado de: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8983/GomezDiaz-Stephania-2014.pdf?sequence=7&isAllowed=y>.

Gonzales, T. (2015). Tres ciudades colombianas lideran la industria textil del país. Fashion network. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Tres-ciudades-colombianas-lideran-la-industria-textil-del-pais,610020.html#:~:text=Si%20bien%20Colombia%20es%20un,seguida%20por%20Bogot%C3%A1%20y%20Cali>.

Gonzales, T. (2016). Industria textil de Colombia: 150 años de historia. Fashion network. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Industria-textil-en-colombia-150-anos-de-historia,685234.html>

Historia del negocio textil en Colombia. (2011, 12, 13). Sectorial. Recuperado de: <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50352-historia-del-negocio-textil-en-colombia>

Inexmoda. (2020). Informe del sistema moda junio 2020. Inexmoda. Recuperado de: <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-junio-2020/>

Jeans colombianos continúan conquistando los mercados (2019, Abril 02). Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/jeans-colombianos-continuan-conquistando-a-los-mercados-528141>

La República. (31, 10, 2018). El comercio entre Colombia y México está en 6,000 millones de dólares: ProMéxico [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/El-comercio-entre-Colombia-y-Mexico-esta-en-6000-millones-de-dolares-ProMexico-20181031-0069.html>

Legiscomex.com (2020) Régimen de importaciones y exportaciones de Colombia. Legiscomex. Recuperado de: http://legal.legis.com.co/recursos electronicos.uniagustiniana.edu.co/document/Index?obra=rer&document=rer_4d87e3da5b3940608551d540bee54963

Legiscomex.com (2020) Regulaciones y restricciones no arancelarias. Legiscomex. Recuperado de: <https://www.legiscomex.com/Documentos/regulaciones-restricciones-no-arancelarias-mexico-rna>

Logycom (26, 08, 2020). Estado de la industria textil en México [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://www.logycom.mx/blog/estado-industria-textil-mexico#comments>

Mercado, H., Fontalvo, T. Y Hoz, E (2011). Análisis comparativo entre las cadenas productivas del sector textil-confecciones de la provincia de Jiangsu-China y el departamento del Atlántico-Colombia. *Revista Chilena de ingeniería*. 19(3). Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071833052011000300012&script=sci_arttext&tlng=p

Mojica González, M. A. y Jiménez Bermúdez, A.C. (2017). *Un análisis a la crisis del sector en las Mipymes, guiada por las importaciones masivas de China, el mal manejo de Políticas públicas y la falta de buenas prácticas para la Competencia* (Trabajo de grado Universidad Piloto de Colombia) Recuperado de: <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00004767.pdf>

Muñoz Ortegón, E. (2011). *Plan de negocio para la producción y comercialización de jeans moldeador de figura para el mercado de los Estados Unidos* (Trabajo de grado, Universidad de los andes). Recuperado de: <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/14735/u470719.pdf?sequence=1>

Negocios de moda. (14, 06, 2019). El jean levanta cola: moda colombiana tipo exportación [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://topmjeans.com.co/negocios-de-moda/jean-levanta-cola/>

Observatorio sistema moda (s.f.) Recuperado de <http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2020/08/Informe-Observatorio-Sistema-Moda-Junio-2020.pdf> el 22, 08, 2020

Portafolio. (2015) El jean colombiano toma impulso en Europa. 16.03,2020, *Portafolio*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/jean-colombiano-toma-impulso-europa-35650/>

Procolombia (s.f.) Recuperado de <https://procolombia.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-mexico> el 04, 05, 2020

Procolombia. (S.F). Aumenta la demanda textil en Colombia. 01.0402020. *Procolombia*. Recuperado de <https://procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/demanda-textil/>

Procolombia. (2019). Colombiamoda 2019 demostró el interés del mundo por la moda colombiana. 17,02,2020. Procolombia. Recuperado de:

<https://procolombia.co/noticias/colombiamoda-2019-demostro-el-interes-del-mundo-por-la-moda-colombiana/>

Rodríguez, Francelia. (15, Mayo,2015). Jeans, la prenda más vendida en México [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Jeans-la-prenda-mas-vendida-en-mexico,485695.html>

Rodríguez, F. (2017). México produce más de 3 millones de prendas de mezclilla por semana. Fashion network. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Mexico-produce-mas-de-3-millones-de-prendas-de-mezclilla-por-semana,831364.html>

Rodríguez, I. (2015). Jeans... la prenda más vendida en México. Manufactura. Recuperado de: <https://manufactura.mx/industria/2015/02/13/jeans-la-prenda-mas-vendida-en-mexico>

Rojas, R., Fernández, S., y Medina, J. (2012). Estudio de cooperación entre Colombia y Corea del Sur en el sector textil-confecciones civilizar. Ciencias sociales y humanas. 12(22). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1002/100224190009.pdf>

Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill..

Sánchez, L. (23 de Mayo de 2020). Colombia también se defiende de la invasión de productos chinos. *Diario las Américas*. Recuperado de

<https://www.diariolasamericas.com/colombia-tambien-se-defiende-la-invasion-productos-chinos-n4177974>

Santander Trade (2020) México: Política y Economía. Santander. Recuperado de: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/mexico/politica-y-economia>

Solano, E., Arrieta, L., y Mendoza, D. (2015). Comercio exportador sector textil - confecciones en Colombia y departamento del Atlántico: Una aproximación a los modelos gravitacionales. *Revista Le Bret*. 3(7) Recuperado de: <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/520/1193>.

Zuluaga, A, Guisao, Erica., y Molina, P. (2011). La evaluación de proveedores en la gestión del abastecimiento en las empresas del sector textil, confección, diseño y moda en Colombia. *Revista Politécnica*. 7(13). Recuperado de:

<https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/view/196/170>

Zuluaga, A., Cano, J. y Montoya, M (2018). Gestión logística en el sector textil confección en Colombia: retos y oportunidades de mejora para la competitividad. *Revista Clío América*.12(23). Recuperado de: <http://oaji.net/articles/2019/3167-1554237860.pdf>