

Estrategia Made In The World Initiative, para la industria textil colombiana

Tania Yiseth Avendaño Velandia

Andrea Valentina Moreno Sánchez

Karen Paola Sierra Martínez

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2019

Estrategia Made In The World Initiative, para la industria textil colombiana

Tania Yiseth Avendaño Velandia

Andrea Valentina Moreno Sánchez

Karen Paola Sierra Martínez

Director

Catherine Valencia G

Trabajo de grado para optar el título de Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2019

Resumen

El presente proyecto se centra en la implementación de una estrategia para la industria textil colombiana en *Made In The World Initiative* una marca que da origen y reconocimiento a productos elaborados no solo de un país si no de diferentes países, donde se da producción, elaboración, ensamble y comercialización de un producto a través de las cadenas globales de valor (CGV) generando participación de todos los países que se encuentra en vía de desarrollo, con el fin de mejorar la economía de los países, generando empleo, educación y estabilidad para todos aquellos que buscan ser reconocidos. Paul Krugman sostiene que el comercio intraindustrial permite que exista una competencia imperfecta y monopolista con países que pueden producir lo mismo, pero con un factor diferenciador donde se pueda evidenciar que hoy en día el comercio mundial se da gracias a las interacciones que existen entre los países para la producción de un bien o servicio señalando. José Manuel Cárdenas indica que hoy en día es una necesidad que los países ejerzan este tipo de prácticas comerciales para poder tener una alternativa de crecimiento económico. Para la industria textil colombiana es factible desarrollarla únicamente dentro de un acuerdo de integración económica entendiendo así que es un proceso es donde se llevan a cabo la eliminación de barreras al comercio y la libre circulación de factores de producción donde para el caso colombiano es posible dentro del acuerdo de integración económica con la Alianza del Pacífico ya que tiene las características requeridas para una estrategia *Made In The World*.

Palabras claves: *Made in the World*, Industria textil, Comercio Intraindustrial, cadenas globales de valor

Abstract

This project focuses on the implementation of a strategy for the Colombian textile industry in Made In The World Initiative, a brand that gives origin and recognition to products made not only from one country but also from different countries, where a product is produced, processed, assembled and marketed through global value chains, involving all developing countries, in order to improve the economies of the countries, generating employment, education and stability for all those who seek recognition. Paul Krugman argues that intra-industrial trade allows for imperfect and monopolistic competition with countries that can produce the same but with a differentiating factor where it can be seen that today world trade is gives thanks to the interactions that exist between countries for the production of a good or service pointing out José Manuel Cárdenas that nowadays it is a necessity for countries to exercise this type of commercial practices in order to have a alternative to economic growth. For the Colombian textile industry, it is feasible to develop it only within an economic integration agreement, understanding that it is a process where the elimination of barriers to trade and the free movement of production factors are carried out where for the Colombian case it is possible within of the economic integration agreement with the Pacific Alliance as it has the characteristics required for a Made In The World strategy.

Keywords: Made in the world, Textile Industry, Intraindustrial Trade, Global Value Chains

Tabla de contenidos

1.	Introducción	9
2.	Planteamiento del problema.....	10
2.1.	Pregunta problema.....	14
3.	Objetivo general.....	14
3.1.	Objetivos específicos	14
4.	Justificación	15
5.	Marco Referencial	17
5.0.1.	Antecedentes de investigación.....	17
5.1.	Marco Conceptual.....	19
5.2.	Marco Teórico	20
5.3.	Marco metodológico.....	22
6.	Descripción del sector textil en Colombia 2012-2018.....	24
6.1.	Aspectos generales del sector textil	25
6.2.	Clasificación de empresa textiles colombianas por tamaño para el año 2016	26
6.3.	Empresas textiles más reconocidas en Colombia.....	27
6.3.1.	Comparación en ventas de las empresas textiles más competitivas de Colombia en los periodos 2016-2018.....	27
6.4.	Aporte de la industria textil colombiana al PIB	29
6.5.	Clasificación arancelaria	30
6.6.	Comercio Textil colombiano	31
6.6.1.	Importaciones en la industria manufacturera	31
6.6.2.	Exportaciones en la industria manufacturera	33
Figura 8.	Principales exportadores de la industria textil.....	33
6.6.3.	Balanza Comercial	34
7.	Made In the World Initiative.....	35
7.1.	Surgimiento.....	35

7.2. Características de Made In The World Initiative	36
7.3. Casos Made In The World Initiative.....	37
7.3.1. Carros BMW	37
7.3.2. El iPod.....	38
7.3.3. La muñeca Barbie.....	38
7.3.4. Relojes suizos.....	38
8. Propuesta Made In The World Initiative para la industria textil colombiana en el marco Alianza Del Pacifico.....	39
8.1. Fabricación de otros componentes para la concepción del producto en otros países.....	40
8.1.1. Chile	41
8.1.2. México.....	41
8.1.3 Perú.....	42
8.1.4. Colombia	42
8.2. Profundizar en el proceso de liberalización de bienes y servicios en el marco del sistema multilateral de comercio de la OMC.....	43
8.3. Liberalización de servicios como: logísticos de distribución, de telecomunicaciones, los relacionados a los negocios, a los servicios financieros y otros servicios relacionados al comercio	43
8.4. Eliminación de las restricciones a las exportaciones en especial los impuestos a la exportación aplicados a las materias primas.....	44
8.4.1 Restricciones a la importación y exportación.....	44
8.4.2 Otras medidas no arancelarias.....	45
8.4.3 Licencias o permisos de importación.....	45
8.4.4 Cargas y formalidades administrativas.....	46
9. Conclusiones.....	47
10. Bibliografía.....	49

Lista de tablas

Tabla 1. Clasificación de las empresas textiles por activos e ingresos operacionales en el año 2016.....	26
Tabla 2. Comparación en Ventas de las empresas textiles colombianas en millones de pesos	27
Tabla 3. Producción manufacturera de diferentes países entre el año 2017-2018.....	30

Lista de figuras

Figura 1. Importaciones de productos textiles.....	12
Figura 2. Importaciones de Prendas de Vestir.....	13
Figura 3. Países de importación a Colombia.....	13
Figura 4. Ubicación de la industria textil en Colombia.....	24
Figura 5. Desempeño del sector textil confección.....	25
Figura 6. Clasificación arancelaria de Colombia en la industria textil y manufacturera.....	31
Figura 7. Participación clases sociales de productos importados en Colombia	32
Figura 9. Balanza comercial de importaciones y exportación en la industria textil colombiana	34
Figura 10. Valor global para la crisis financiera	36

Introducción

Made in the World Initiative es el reflejo más grande de la globalización, por eso esta investigación busca proponer una estrategia para la industria textil colombiana, que cuente con mayor tendencia, tradición y reconocimiento mundial, por ello logra identificar dentro de la industria textil colombiana empresas con características potenciales, basado en esto para el año 2012 el sector textil colombiano, cuenta con 450 fábricas de textiles, 10,000 de confecciones que influyen en gran medida a la estabilidad y generación de empleo para millones de familias, generando 880.000 empleos, exportando productos como trajes, chaquetas, shorts, pantalones cortos entre otros con USD 88,2 Millones, de hecho importantes empresas han escogido Colombia como destino de inversión entre ellas Kaltex, Parkdale, Coats, (Legiscomex, 2012). En este orden de ideas se encuentran algunas investigaciones sobre casos existentes de esta marca que evidencia la OMC donde describe que solo el 37% del valor de producción de un automóvil estadounidense típico se genera en los EE. UU además de esto se busca no solo conocer la marca, si no el origen del producto final, donde todas las partes de un avión o de una prenda de vestir no son de un solo país, sino de diferentes países, que quedan sin reconocimiento alguno, donde se busca un comercio internacional con una ventaja comparativa entre los países, que aplica como comercio intraindustrial con la competencia imperfecta y de economía de escala, logrando a nivel internacional elaborar los mismos productos, con mejores oportunidades, generando así reconocimiento de Colombia en la industria textil, además se tiene en cuenta que el 70% del comercio en el mundo es manejado por la industria manufacturera dejando a un lado el petróleo y el sector minero energético, *Made In The World Initiative* en Colombia se logra con acuerdos comerciales a los que ya pertenezca el país y que se logre adaptar a un perfil competitivo de alta calidad, que tenga proyección en negocios, reconocimiento, cuente con libre circulación, movilidad de bienes y servicios y entre estos se encuentra Alianza del Pacífico, un mecanismo de integración económica que facilita los acuerdos entre países dando así un comercio justo, innovador y flexible, con metas claras, que permite un crecimiento y desarrollo óptimo, en base a esto se puede definir que esta investigación es de tipo exploratoria con el objetivo es investigar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes.

1. Planteamiento del problema

La economía colombiana se afectó a partir del año 2014 dado a la caída del precio internacional del petróleo afectando sus exportaciones, y es que Colombia es un país que basa su economía en algunas materias primas lo que genera que la misma, sea muy volátil y susceptible a cambios; es por esta razón que se genera una necesidad y es hacer cambios, reajustes o estrategias que promueva el mercado externo en Colombia (Procolombia, 2014).

La industria textil colombiana representa una cadena productiva importante para el país desde el cultivo de algodón, elaboración de fibras manufacturadas, continuando con la fabricación de la hilaza, el acabado, la confección de prendas y finalizando con la venta y comercialización de prendas acabadas.

Aunado a esto, como lo indica la OMC en un informe de política comercial realizado el 24 de abril del 2018:

El sector manufacturero ha continuado perdiendo participación en el PIB desde el último examen en 2012, habiendo pasado de representar el 12,2% en 2012 al 11,0% en el tercer trimestre de 2017. Las principales industrias manufactureras son las de productos químicos, refinación de petróleo, bebidas, productos no metálicos y textiles.

Problemática que lleva a buscar iniciativas de desarrollo económico para tal sector, dada la importancia que ha tenido para Colombia, pues aun en estos tiempos, Colombia es un país donde los productos químicos son la principal manufactura exportada (Organización Mundial Del Comercio, 2018).

De esta manera una alternativa clara para las problemáticas que se han presentado en los últimos años es la participación de la industria textil en un acuerdo de integración económica donde se permite que diferentes factores del comercio como la eliminación a las restricciones en los factores de producción de las importaciones y exportaciones de materias de producción y bienes terminados que permiten el máximo aprovechamiento de todos los recursos que cada uno de los países aportan en el desarrollo de un acuerdo de integración económica, permitiendo el desarrollo económico, industrial y reconocimiento de las diferentes marcas existentes.

Es importante contemplar que las exportaciones de textiles tienen un arancel mixto como lo indica María del Mar Palau dice que se concertó con los comerciantes y productores flexibilizar la medida situando un umbral de USD10 por kilo, donde por debajo de ese límite se mantiene la medida actual que es un arancel mixto del 10% más USD5 por kilo bruto. Y para las importaciones

que estén por encima de los USD10 por kilo, se establecerá un arancel mixto del 10% más USD3 por kilo bruto (Legiscomex.com, s.f.).

Según Palau:

Con esta medida se permitirá seguir manteniendo un ejercicio fuerte y duro sobre la competencia desleal a las importaciones para todo el universo que está por debajo de los USD10 y, para el umbral superior, vamos a mantener unos aranceles que no superen los máximos consolidados por la OMC, para que los importadores formales que están haciendo las cosas bien, que pagan sus impuestos, que están generando empleo, continúen importando a precios competitivos para el mercado colombiano (Legiscomex.com, s.f.).

Entre enero y mayo del 2012, las exportaciones colombianas del sector textil – confecciones fueron de USD 444, 5 millones y presentaron una caída del 0,7%; después de que, en el 2011, las exportaciones del sector habían tenido un crecimiento del 5,5% al pasar de USD1.062, 9 millones en el 2010 a los USD 1.121, 9 millones. Por el contrario, las importaciones del sector han crecido a un nivel muy alto (Legiscomex, 2012).

En el 2007, importaciones y confecciones por parte de Colombia fueron de USD 1.222 millones, lo que representó un crecimiento promedio anual del 91,5%, hasta el 2011 que fueron de USD 2.340, 3 millones. En el 2011, China fue el principal proveedor de textiles y confecciones para Colombia, al concentrar el 37,4% del mercado, equivalente a USD 876, 2 millones. Le siguieron EE UU, con USD 278, 9 millones; India, con USD 211, 9 millones; México, con USD 141, 7 millones, y Perú, con USD 103, 9 millones. Estos países concentraron el 68,9% del total de las importaciones de este sector. Y es que desde el 2007, el sector textil - confecciones, que se había posicionado como una industria clave para el país, empezó a tener caídas en el comercio internacional. Uno de los múltiples factores que ha generado este cambio en las ventas internacionales, ha sido la incursión en el mercado por parte de China, recordando que este genera mayor demanda, por de mano de obra barata, entre otros factores (Legiscomex, 2012).

Asia ha crecido su participación en las exportaciones. Tanto así que para el 2011 concentró el 30,7% de las exportaciones a nivel mundial del sector textil y el 36,9%, de las de confecciones. Según la Cámara de Comercio Textil de China, la estrategia de este país se sostenía en una oferta de precios bajos y contar con una avanzada tecnología que le permite la producción de textiles y

confecciones a gran escala. Otro componente para el decrecimiento de las exportaciones de este sector fue las expectativas generadas por la implementación del Tratado de Libre Comercio (TLC) con EE. UU en el 2007, cuando las ventas empezaron a decaer, ya que para este mismo año terminarían las preferencias que el sector tenía con la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA, por su sigla en inglés, lo que logro un desequilibró al sector. (Legiscomex, 2012).

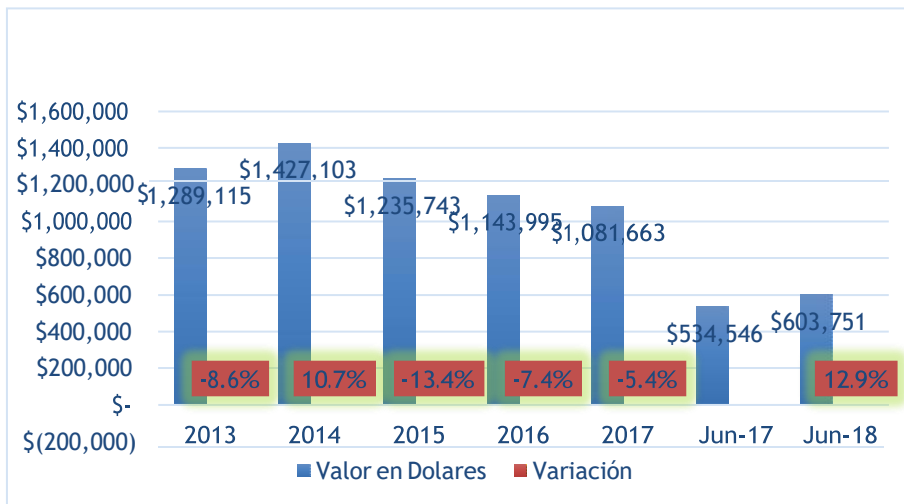


Figura 1. Importaciones de productos textiles. Elaboración propia con datos tomados de (*Inexmoda, 2018*).

La figura 1 muestra que la importación de productos textiles bajo a un 12.9%, demostrando que para el año 2014 tuvo un auge de 10.7% con \$1.427.103 dólares de producto textil importado.

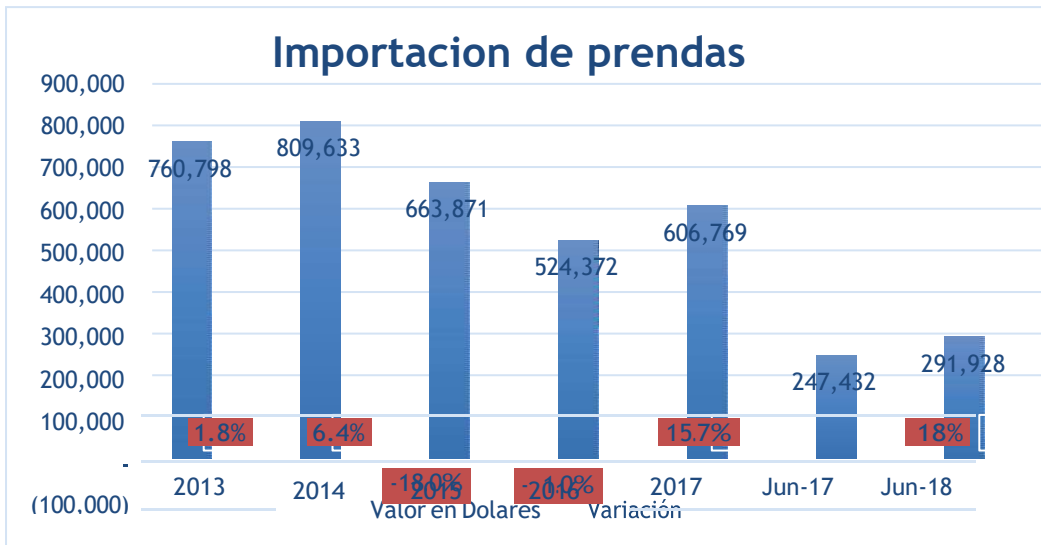


Figura 2. Importaciones de Prendas de Vestir. Elaboración propia con datos de (Inexmoda, 2018).

La figura 2 señala que en los últimos años las importaciones de prendas de vestir han pasado por diferentes variaciones logrando un desequilibrio en este sector, se puede ver que para el año 2013 la importación para el país fue de \$760.798 dólares y para el mes de junio 2018 la importación fue de \$291.928 lo que genera una variación del 18%.

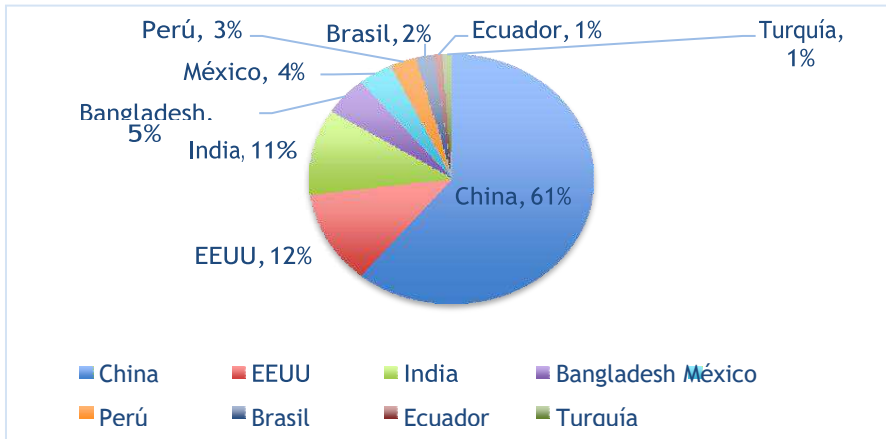


Figura 3. Países de importación a Colombia. Elaboración propia con datos de (Inexmoda, 2018).

La figura 3 presenta los países con más importación en Colombia estos son India, Estados Unidos y China que logra una participación del 61% de productos textiles.

2.1. Pregunta problema

¿Cómo vincular la industria textil colombiana en la estrategia de *Made In The World Initiative*?

3. Objetivo general

Proponer *Made in The World Initiative* para la industria textil colombiana

3.1. Objetivos específicos

- Describir el sector de la industria textil colombiana en los últimos 8 años.
- Especificar las características necesarias para la participación en *Made In The World*.
- Identificar dentro de la industria textil colombiana empresas con características potenciales para integrar la propuesta *Made In The World* en el marco de los acuerdos internacionales.

4. Justificación

La presente investigación se enfoca en el análisis de las Cadenas Globales de Valor (CGV) que han permitido a diferentes países desarrollarse y crear grandes empresas existentes en la actualidad, y que, gracias a la observación de las cadenas de producción en los diversos productos de estas empresas, La Organización Mundial de Comercio (OMC) ha definido como productos de diferentes regiones lo hoy que se conoce como *Made In The World*. Teniendo en cuenta que este proceso permite que todos los países generen empleo y desarrollo tecnológico e industrial, es así que los países en vías de desarrollo tienen la oportunidad de ser conocidos por su capacidad de producción, convirtiéndose así en economías pioneras que fomenten calidad en todos los procesos y generen productos con mayor satisfacción al consumidor. Donde se plantearán las características de diferentes empresas de la industria textil colombiana que tengan la capacidad de hacer parte de productos con el origen *Made In The World*.

Uno de los sectores de la economía colombiana con altibajos debido a la penetración del mercado extranjero es la industria textil, para el año 2017 la Cámara de Comercio de Medellín indicó que para ese año se liquidaron 36 empresas textiles y se generó la constitución de 190, dando así un resultado positivo de 218 empresas colombianas con una facturación de \$ 17.306.000 pesos, generando así el 6% del PIB nacional y el 24% de empleo en el país, localizando empresas centenarias como Coltejer y Fabricato (Garzón, 2018).

Estas empresas textiles se encuentran ubicadas en ciudades como Medellín que concentra el 39.9% de la producción textil, Bogotá con el 41.7% de producción y ciudades como Ibagué, Cali, Pereira, ocupan menos del 20% de la participación textil. Gracias a los Tratados de Libre Comercio (TLC) la mayoría de empresas de este sector que estaban conformadas por Pymes se vieron afectadas ya que ingresaron al mercado nacional productos extranjeros, a los cuales sus valores de distribución hacia el consumidor final, estaban por debajo de los precios nacionales, en los últimos años se ha visto una reducción de empleo, lo que significa que en doce años se ha perdido 600 mil empleos, donde la mayoría son madres cabezas de hogar, esto es porque el contrabando en Colombia aumenta, gracias a las importaciones con productos con precios más económicos de origen asiático que pagan más barato la mano de obra, con horas de trabajo denigrantes, generando un proceso de rezague que no compra ni un 1% de lo que vende la propia industria nacional, que impacta la economía colombiana (Gonzalez, 2015).

Para el 5 de octubre de 2018 un Grupo especial en defensa de los intereses de Colombia determino que el control aduanero y las medidas arancelarias que buscan controlar el comercio de mercancías tanto importación de textil como prendas de vestir y calzado, se logren ajustar con el marco de La Organización Mundial de Comercio, en base a esto se logra hacer una recopilación de información del sector textil en Colombia y lograr el objetivo principal que es poder vincular la industria textil colombiana en la estrategia de *Made In The World Initiative*.

5. Marco referencial

En el siguiente capítulo se evidencia las opiniones de algunos autores que han realizado investigaciones respecto a la industria textil en Colombia, el comercio intraindustrial y las cadenas globales de valor que cuenta con una fuerte participación para llevar a cabo el objetivo final de este trabajo.

5.1. Antecedentes de investigación

El sector textil en Colombia ha sido uno de los sectores con mayor tendencia en la economía nacional, donde se encuentra la participación de empresas textil como Coltejer entre otras; por eso el autor (Campos, 2014) en su informe para *el sector textil en Colombia, donde su objetivo principal fue ¿Cómo ser más competitivo?* muestra por qué Colombia se encuentra ubicado como un sector textil fuerte, y como produce más competitividad, gracias a los tratados comerciales, permite más inversión extranjera directa, posibilidad de ingresar al mercado nacional, y según el informe del sector textil colombiano es un mercado fuerte y competitivo, gracias a la llegada de los productos extranjeros a costos menores, lo que de cierta manera no tiene tantas ventajas, pues afecta en gran parte a los pequeños empresarios, dejando sus precios y su mano de obra demasiado alta, además el mayor problema que se ve gracias a los tratados con diferentes países es el contrabando, dejando una inestabilidad de precios, lo cual ha sido un gran problema para el gobierno, que busca estrategias que permitan la protección de los artesanos, productores, manufacturas y pequeñas empresas nacionales.

En un estudio realizado por Legiscomex en el año 2012 sobre Inteligencia de mercado-textiles y confecciones en Colombia realizado por (Legiscomex, 2012) muestra que para el año 2012 el sector textil colombiano, cuenta con 450 fábricas de textiles, 10,000 de confecciones que influyen en gran medida a la estabilidad y generación de empleo para millones de familias, generando 880.000 empleos, siendo directos 130.000 de estos, para el año 2011 el producto interno bruto (PIB) contó con un 8% manufacturero, en cuanto a las importaciones fueron de USD 444,5 millones presentando una caída de 0.7% a lo que venía exportando desde años anteriores, esto se debe a que grandes países comercializan sus productos gracias a la mano de obra barata, menor calidad, mantenido ofertas de precios bajos, y gracias a su avanzada tecnología que se ha creado por ejemplo, en los países asiáticos; para el año 2011 los productos textiles colombianos con más exportación fueron trajes, chaquetas, shorts, pantalones cortos entre otros con USD 88,2 Millones.

En Colombia la mayor concentración de producción textil es en Antioquia, Cundinamarca y el Eje Cafetero, Siendo Medellín y Bogotá, las principales ciudades.

por otra parte, en el informe Oportunidades de Colombia y Perú a través de las Cadenas Globales de Valor por (Chala, Pedraza, 2017) se expone como se ha venido fortaleciendo la globalización por medio de las CGV permitiendo el desarrollo de los países en los que se lleva a cabo estas actividades, por medio de la alianza del pacífico Colombia, Perú y los demás países que hacen parte de esta alianza pueden llegar a generar alianzas que permitan obtener la marca Made In The World y de esta manera contribuir al desarrollo de estos países y de Colombia en general, teniendo en cuenta como por medio de estas actividades se pueden reducir costos en diferentes aspectos como los son el tiempo, la logística, tecnología, diseño ,etc. Demuestran que los productos ahora son más exitosos cuando su proceso productivo pasa por diferentes países y así mismo generan más empleo y desarrollo.

En Cadenas Globales De Valor por (Ornelas, 2013)un análisis que la Organización Mundial de Comercio hace de esta nueva tendencia que provocó la globalización y en consecuencia la creación de la iniciativa *Made In The World*, muestra diferentes ejemplos para entender mejor de qué manera funciona las CGV y la forma en la que puede ayudar a la economía; es decir una forma económica incluyente y más participativa, mostrando la necesidad de incorporar o crear alianzas con otros países con el fin de unir esfuerzos o servirse unos a otros para llevar a cabo la elaboración de un producto.

Las Cadenas Globales De Valor son un elemento importante para la alianza del pacifico y los países que la integran, así mismo se identifican países interesados a unirse como lo son panamá, costa rica, Canadá y nueva Zelanda, de esta manera en (Alianza, 2016) el futuro de la Alianza Del Pacífico, integración para un crecimiento productivo, determinan las dos posibilidades que tiene los países desarrollados y es, uno el hundirse en las crisis y dos tener relaciones con otros países de características similares y crear estrategias para un crecimiento generado de las CGV, aun así destaca diferentes retos que los países que conforman las alianzas van a tener en el camino hacia el éxito pero donde demuestra que de hacerlo una realidad es posible tener muy buenos resultados, donde muchas sociedades u organizaciones puedan salir beneficiadas, no solo lo dicen quienes lo conforman sino con el respaldo del banco interamericano de desarrollo. También se necesario el apoyo y compromiso de los gobiernos de cada uno de los países brindando democracia y principios de libre comercio entre estos países.

5.2.Marco conceptual

Made In The World Initiative fue planteado para la Organización Mundial Del Comercio como una cadena de producción internacional donde los países se dividen la producción del bien final, desde el diseño del producto hasta ensamble y comercialización, así los productos son elaborados por diferentes países dejando a un lado el reconocimiento de una sola economía, dando lugar a los países en vías de desarrollo, garantizando interacción internacional, diálogo fronterizo y excelente calidad de los productos (World Bank, 2017).

El autor húngaro Balassa Bela en su desarrollo del concepto de integración económica lo define como “un proceso o estado de cosas por la que diferentes naciones deciden formar un grupo regional”. Definido en dos partes como un proceso, que da referencia a un movimiento hacia un estado distinto y un estado de cosas significa algo más estático que dinámico.

Esta se encuentra en 5 etapas: zona o área de libre comercio, unión aduanera, mercado común, unión económica o integración económica total, para estas etapas se considera que la economía internacional es un fenómeno de tipo comercial.

- Zona o área de libre comercio: genera y busca la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias a las importaciones y exportaciones de bienes que dan origen al mismo estado.
- Unión aduanera: en esta los países que conforman en libre comercio establecen un arancel externo frente a otros países, este genera mayor esfuerzo en la negociación y el acuerdo, ya que en este esquema permanecen las barreras que impiden la libre circulación de producción.
- Mercado Común: esta se rige por la unión aduanera, que requiere la liberalización de productividad, ya que no se limita solamente a las mercancías como en los anteriores, sino que además implica liberalización de mercancías, personas, servicios y capitales, dando libertad a entrada y salida de personas, que se desplacen con finalidad económica.
- Unión Económica: maneja un grado más alto de proceso de integración regional, donde implica la subsistencia de un mercado común, esta cuenta con la alianza monetaria de las coincidencias de las monedas, cuya etapa puede conducir a la circulación de una moneda única.
- Integración económica total: implica aparición de una autoridad supranacional que adopta decisiones fiscales, monetarias y cambiarias, donde busca obtener poder sobre negociaciones.

- Este proceso se ve como un movimiento distinto, que muestra algo más dinámico, donde los países buscar formar un grupo, pero esto siempre tiene algunas desventajas pues los países siempre quieren poner sus intereses por encima de los demás, sea económico, social, político, tecnológico, que por cierto requiere comunicación contaste entre los países, y así llegar acuerdo entre esto y dejar lo más conveniente para cada una de las naciones (Valdez, 2017).

5.3.Marco teórico

El prototipo habitual por el cual se fundamenta el comercio internacional es la idea de buscar una ventaja comparativa entre los países; aplica especialmente al comercio intraindustrial que como sostiene Paul Krugman, (Aguirre, 2014) “parte del comercio internacional es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escalas crecientes, la competencia imperfecta como la competencia monopolista implica que estos países producen productos semejantes pero diferenciados”, los métodos tradicionales expresan que al especializarse en un solo producto todos pueden obtener ganancia, cosa que no es real puesto que no todos los países se especializan en lo mismo, es decir que unos contarán con una ventaja visible a comparación de otros y sus economías se caracterizan de la misma forma; así mismo Aguirre,2014 habla como Paul Krugman defiende la *“teoría con las Cadenas Globales de Valor agregado (CGV) logrando vincular la industria del comercio intraindustrial. En otras palabras, que a nivel internacional se comercia entre países económicamente similares con el mismo tipo de productos”*, la razón de esta teoría se basa en el coste de oportunidad bajo que es el paso para la comercialización de los productos con éxito, que para el caso que nos ocupa se desarrollaría a través de las CGV.

En la economía mundial por lo general se produce y se participa en el comercio de artículos similares; que se denomina como comercio intraindustrial, refiriéndose a esta modalidad como un intercambio de bienes o servicios similares pero diferenciados, que tiene como fin el nacimiento de un sistema destinado a la unión de todos los procesos que son involucrados en la producción de un bien o servicio asociado a las Cadenas Globales de Valor, donde se pueden importar telas hacer proceso productivos, añadir valor agregado y exportar manufactura; todo esto es de utilidad para que la competitividad internacional colombiana sea puesta a prueba y de paso tenga la oportunidad de buscar un nuevo modelo de negocio de la mano de las CGV, cuyo principal enfoque es el desarrollo económico basado en análisis y tendencias mundiales de la industria, como lo menciona

(Cárdenas, 2014), es buscar *“la mejora de la productividad, el incremento del valor agregado, la participación en mercados internacionales y la generación de empleo”*; es indispensable comprender que no podemos permitir que la economía de un país dependa de un solo bien o servicio, lo que nos lleva a buscar una transformación productiva en la industria textil colombiana. Los cambios económicos producidos en el mercado a nivel mundial y la situación generada por varios tipos de políticas de las mismas y sumando a esto lo que se conoce como el proceso de globalización, han generado una serie de consecuencias comerciales a nivel global, puesto que el comercio entre países cada vez es más extenso y necesario; no obstante la penuria de suplir necesidades y de no padecer en el mercado internacional ha llevado a que muchos productores, comerciantes, vendedores, empresas o demás analicen la forma en la que se relacionan para un mejor rendimiento en sus mercados.

De ahí la razón por la que se refiere a las CGV como una alternativa al crecimiento económico de cualquier país, dicho de otro modo (Dussel, 2018) citando a Gary Gereffyy quien sostiene que las CGV tienen *“un enfoque sistemático del desarrollo económico que combina análisis amplios de las estructuras y tendencias mundiales de la industria con un mapeo detallado de las cadenas de valor nacionales y con los agrupamientos económicos locales”*, consecuentemente afirmamos que es una forma de progresar en el desarrollo económico nacional e internacional, vinculando un conjunto de procedimientos para alcanzar un fin, donde se integra desde el material para la elaboración de un producto o servicio hasta el uso final que se dé al mismo; es decir, la combinación de todas las herramientas de los procesos que se ven inmersos en el resultado final.

Aunque las CGV no sean utilizadas de forma muy común dado las características de las mismas, esta metodología consiste en indagar los principales actores y actividades económicas de una industria o tipo de mercado, determinando que hace que una empresa sea productiva y persigue una forma de desarrollo sostenible e inclusivo. De tal manera se afirma dicha teoría al decir que *“...muchas de las personas que utilizan el marco de las CGV tienen un fuerte enfoque en el desarrollo... escalamiento económico”* (Peters, 2018) más que un procedimiento las CGV es una herramienta para vigilar y estudiar el comportamiento de los mercados globales con la opción de participar en ellos, en pocas palabras es una invitación para que cada país analice y defina como aprovechar sus ventajas comparativas.

Como ejemplo claro de lo allí descrito (Peters, 2018) trae a colación el prototipo de Nicaragua, Lesotho y Suazilandia en la cadena global de valor de fabricación de prendas de vestir, donde

menciona que la unión de estos tres países en sus procesos de producción aumento de manera extraordinaria sus exportaciones; es decir que cada país tuvo la oportunidad de organizar sus mercados nacionales y exportar los productos o servicios en los que se especializaban generando competitividad y ganancias a pesar de las premuras que algunos de ellos presentaban con sus sistemas políticos o de legislación aduanera. Por esta razón y en vista de los resultados positivos que conlleva implementar las CGV, se hace necesario que se dé a conocer, se mejore el desarrollo y uso de las mismas promulgando una buena política comercial, industrial, acuerdos comerciales, asociaciones pública o privadas entre otros para cumplir con el único fin que es la oportunidad de exaltar las capacidades de las partes para generar una estrategia comercial con propósito de escalar en la economía mundial, lo cual se hace sumamente necesario hoy en día ningún país es auto sostenible, por ende en algún momento se requiere de otro para satisfacer algunas necesidades; si bien las CGV no son una tendencia mayoritaria si nacen como una “*ventana de oportunidad*” que pocos conocen pero que ha despertado gran interés según (Peters, 2018) “*el concepto y la metodología de las GCV han influenciado a instituciones internacionales como la OECD, el Banco Mundial, la CEPAL, la UNCTAD y la OIT, entre muchas otras*”.

Así las cosas, Colombia muestra una industria con posibilidad de auge en el sector textil, esto de la mano de las GVC con el fin de que la industria textil colombiana se vincule de alguna forma a la definición que utilizaremos como *Made In The World*, reconocida en muchos países Europeos como la tendencia comercial futura, es decir una CGV, puesto que dicha marca busca la unión de todos los países que intervengan de manera directa o indirecta en la producción de un bien o servicio, para que como resultado de tal objeto lleve el nombre de *Made In The World* (hecho en el mundo) que es el reconocimiento a todos los países que hicieron parte de la producción del mismo.

5.4. Marco metodológico

Al realizar la presente investigación se puede definir que es de tipo exploratoria porque:

Se examina un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Hernandez, 1997).

Se logra un alcance descriptivo ya que:

Busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren (Hernández, 1997).

Para tener en cuenta un proceso como lo es el de *Made In The World*, donde la Organización Mundial De Comercio demuestra y debate aquellos productos y servicios que hoy en día no debería tener un solo país de origen sino una marca mundial, basados en la teoría de las cadenas globales de valor que permite concluir e investigar de manera más abierta los objetivos de esta investigación.

Dentro de las etapas que la conforman se realizó inicialmente un análisis de importaciones, exportaciones y problemáticas existentes en la industria textil colombiana, donde el objetivo es proponer características con las que pueda pertenecer a una marca internacional y así erradicar problemas existentes en la industria nacional y aportar al desarrollo del país.

Seguidamente se hizo una formulación de una pregunta a resolver durante el desarrollo de la investigación, y de unos objetivos claramente descritos para un segmento específico como lo es la industria textil colombiana. De manera detallada se realizó una recolección de fuentes de tipo electrónico que van a aportar información real a la realización de este proyecto (Legiscomex, 2012).

La recolección de datos para darle forma a esta investigación se hace sobre la industria textil colombiana de manera cualitativa y cuantitativa en aspectos como lo son calidad en textiles, preferencias entre países y cantidades en importación y exportación. De esta manera se muestra explícitamente cuales son las partidas arancelarias que la Dirección De Impuestos Y Aduana Nacionales Dian a los productos textiles en (Dian, 2005). Así mismo las posibles alianzas que permitirían un buen desarrollo de la marca *Made In The World*. Para relacionar casos ya existentes con la marca y sus características, Proponiendo una alternativa de globalización y desarrollo para la industria textil nacional.

6. Descripción del sector textil en Colombia 2012-2018

En los últimos 8 años el sector textil cuenta con aproximadamente 450 fábricas textiles que generan 880.000 empleos directos e indirectos, aumentando un PIB manufacturero de 8% y un PIB nacional del 3%, la actividad de preparación e hilaturas en productos textiles y fabricación de tejidos presentó una variación negativa menor al 4%, mientras otros sectores textiles aumentaron un 1.1%, para el año 2011 los principales centros de producción de confección y textiles se encontraba en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Risaralda, Quindío y el Valle del Cauca (Legiscomex, 2012).

Este sector se desarrolla en casi todo Colombia, pero sin embargo algunas ciudades y regiones tienen mayor índice que mercado y participación, ahora se verá una gráfica reflejando la participación del territorio nacional:



Figura 4. Ubicación de la industria textil en Colombia. Elaboración propia con datos de (Superintendencia, Desempeño del sector textil confección 2008, 2013)

La figura 4 indica la segmentación de la industria textil-confecciones en Colombia, donde Antioquia integra y consolida el clúster de confecciones como el principal exportador y más fuerte

en la producción de tejidos planos de algodón , tejidos de punto de fibra artificial entre otros, con una participación de 28,83%, mientras Bogotá cuenta con apuestas transversales en el mercado, el 48.61% de fibras artificiales, sintéticas, hilados de lana, tapices, tapetes de lana y confecciones está en Bogotá, Atlántico tiene un punto clave como departamento ya que cuenta como un centro de diseño y confecciones con una concentración de 3,14, el 6,03% en Valle del Cauca , después se encuentran regiones más pequeñas como Tolima, Cundinamarca, Risaralda, Santander, norte de Santander con una participación menor al 4%, donde se encuentran ubicados los tres clúster; diseño, moda y confección, esto según (Superintendencia, Desempeño del sector textil-confección, 2017).

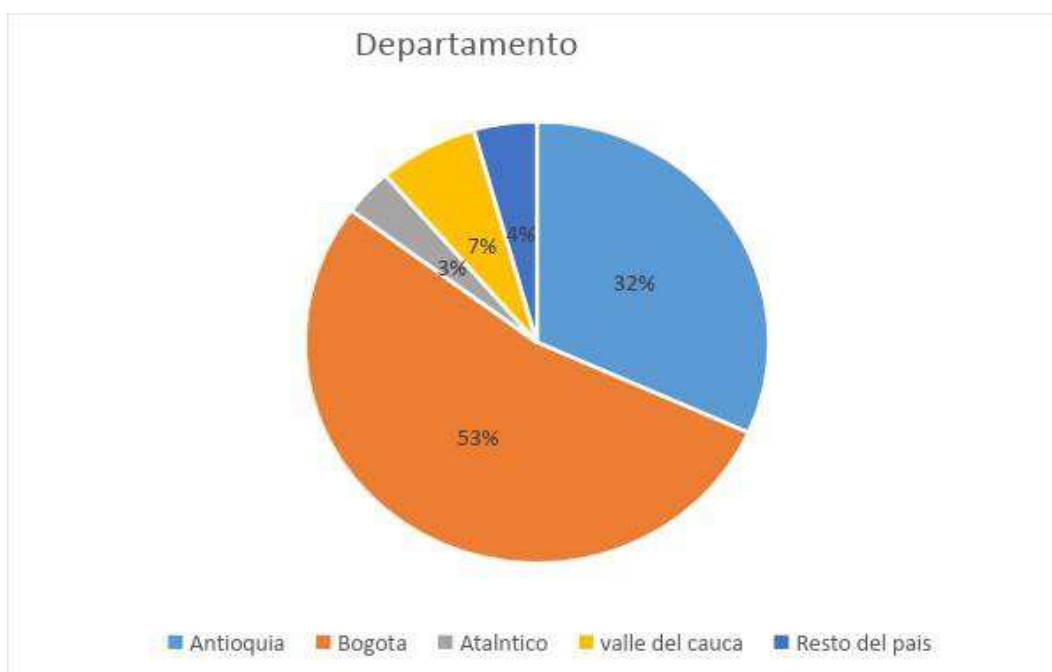


Figura 5. Desempeño del sector textil confección. Elaboración propia con datos de (Superintendencia, Desempeño del sector textil confección 2008, 2013)

La figura 5 muestra con mayor aclaración la división de las empresas textiles en Colombia, haciendo énfasis en Bogotá donde tiene la mayor producción de la industria manufacturera, donde la mayor participación está en los departamentos de la región andina, y una pequeña parte de la región del Caribe.

6.1. Aspectos generales del sector textil

Los aspectos generales del sector textil colombiano abarcan desde el año 2013, donde se logra mostrar la influencia sobre la economía del país, recolectando datos de los últimos cuatro años,

donde se muestra la importancia nacional que ha logrado adquirir durante este tiempo. El presente análisis del sector textil colombiano se realiza en base a los datos recolectados por medio de fuentes como estudios, documentos del DANE y de la Superintendencia de Sociedades, que permiten conocer la creciente demanda que tiene este sector, situación que conlleva a la innovación de los productos y las estrategias de mercado para competitividad mundial que se pueda presentar.

6.2. Clasificación de empresa textiles colombianas por tamaño para el año 2016

En el artículo 2° de la ley 905 de 2004, indicó que las pequeñas, grandes y medianas empresas para la industria textil-confección, se encontraban divididas por el total de ingresos y la cantidad de empresas por cada clasificación, así se hace un análisis de las empresas pequeñas y pymes con una participación de 19,9%, las medianas con 56,1% y las grandes con 24,0%.

A continuación, se mostrará la tabla 1, que muestra de manera detallada los ingresos y la cantidad de empresas clasificadas.

Tabla 1.

Clasificación de las empresas textiles por activos e ingresos operacionales en el año 2016

Tamaño	Empresas	Activos	Ingresos Operacionales
Pequeñas y Pymes	144	302.940	505.266
Medianas	407	3.601.684	4.254.887
Grande	174	16.725.652	17.651.992
Total	725	20.630.276	22.412.145

Nota: *Elaboración propia con datos tomados de (Superintendencia, Desempeño del sector textil-confección, 2017)*

Como se ve en la tabla 1, la mayor participación en cantidad de empresas se encuentra es en las medianas empresas, ya que esta consta de 407 empresas con ingresos de 4.254.887, de lo cual puede resumirse que a nivel de activos las empresas grandes tienen valores más altos de 20.263.276, pero la cantidad de empresas es solo de 174, cabe resaltar que las pequeñas empresas y pymes realizaron

cuenta con ingresos operacionales de 505.266, donde se genera mayores empleo y gran parte que los micro empresarios se encuentran en este sector.

6.3. Empresas textiles más reconocidas en Colombia

El sector textil colombiano es emprendedor, capaz de sobresalir y superar productos extranjeros, cuenta con un excelente posicionamiento gracias a su calidad, mano de obra y diseños exclusivos, que supera los retos y expectativas de sus consumidores, cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena completamente formada , además una gran oferta que permite ampliar el mercado, diversificando sus productos en diferentes catálogos como jeans, ropa interior tanto para hombres como mujeres, ropa de hogar, fajas y ropa moldeadora, deportiva, uniformes, ropa para cualquier eventualidad, calcetería, vestidos de baño, ropa de bebés, siendo así el sector primario, que cuenta con entidades de apoyo para el sector , siendo las más reconocidas, clúster Textil y confección, Inexmoda, PTP, Sena que brinda capacitaciones sin ningún costo para todo el personal de la industria a nivel nacional, entre otros (Camara, 2019).

La industria textil en Colombia busca generar mayor ingresos por eso implementa nuevas telas inteligentes y tendencias ecológicas, que permitan mayor penetración en el mercado, por eso se crea una estrategia que conjugue diferentes conceptos en la prenda, conectando moda, cultura, tejidos multiétnicos, diferentes materiales, con fusiones de lo natural y artificial, sin dejar a un lado la responsabilidad social ambiental, es decir textiles que cuiden y apoyen el medio ambiente, biodegradables, amigables, anti bacterias, con filtro UV, y además que sea utilizado para todos los estilos y prendas (Garzón, 2018).

6.3.1. Comparación en ventas de las empresas textiles más competitivas de Colombia en los periodos 2016-2018.

Colombia cuenta con un gran margen de producción industrial, y los grandes jugadores cuentan con alzas en sus ingresos que apoyan y ayuda a la economía colombiana, es uno de los grandes contribuyentes de empleo permitiendo estabilidad de todos sus trabajadores.

Tabla 2.

Comparación en Ventas de las empresas textiles colombianas en millones de pesos

Empresa	Ventas (2016)	Ventas (2017)	Perdidas en pesos al año anterior	Ganancias en pesos al año anterior	Variación
					n

Crystal SAS (Punto Blanco, Gef, Baby Fresh	733.379.00				- 0,063%
	0	686.749.000	46.629.000	-	
Manufacturas Eliot SAS (Pat Primo, Seven Seven, Facol y Portofino)	721.841.00		60.946.00		- 0,084%
	0	660.894.000	0	-	
Internacional de distribuciones de vestuario de moda S.A	495.353.00	555.995.00		60.642.00	0.12%
	0	0	-	0	
Leonisa S.A		498.316.00		20.436.00	0,042%
	477.879.000	0	-	0	
Comercializador a Arturo Calle SAS			38.369.00		- 0,076%
	502.787.000	464.418.000	0	-	
Permoda Ltda	470.004.00	454.656.00			- 0,032%
	0		15.347.000	-	
Textiles Lafayette S.A.S	263.580.00	249.759.00			- 0,052%
	0	0	13.820.000	-	
Coltejer S.A	241.260.00	151.645.00			- 0,37%
	0	0	89.615.000	-	
Fabricato S.A	385.757.00				- 0,12%
	0	337.531.000	48.225.000	-	

Nota: Elaboración Propia con datos de (Superintendencia de sociedades)

En la tabla 2 se puede observar un total de nueve empresas con sus respectivos ingresos del año 2016 y 2017, indicando ganancias y pérdidas durante este lapso de tiempo y llevando a cabo una variación de estas respecto al año anterior. Se refleja que la empresa con mayor cobertura de ventas

en el año 2017 es Crystal S.A.S con una participación de \$686.749.000 pero a comparación del año 2016 genera pérdidas de \$46.629.000, además la empresa con menor cobertura es Coltejer S.A.S con \$151.645.000 lo que indica que tuvo pérdida de \$48.225.000 entre los años 2016 y 2017. No obstante, al momento de observar la columna de variación la empresa con mayor participación es Internacional de Distribuciones de Vestuario de Moda S.A con 0,12%.

Estas pérdidas afectan todo el sector, tanto a consumidores como productores que obligan a las empresas a que absorban las alzas buscando promociones, disminuir empleados y hacer la mayor reducción de costos, para no frenar la economía.

6.4. Aporte de la industria textil colombiana al PIB

Colombia para el año 2015, según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) lo ubicó como la cuarta actividad productiva más representativa del país, con un Producto Interno Bruto de US \$32.612 llegando a una participación del 12,2% del PIB total, esto se ha hecho gracias a los acuerdos comerciales y la excelente posición geográfica, que ha logrado un gran comercio con países como Costa Rica, Corea, Canadá, Chile, Estados Unidos, entre otros, logrando más de 1.500 millones de consumidores, logrando grandes ventajas, entre ellas las preferencias arancelarias de productos diversos, a través de acuerdos con diferentes naciones, hechos en el transcurso de los años. Colombia es un centro de producción, distribución y exportaciones gracias a las salidas al mar que permite, mayor comercialización entre los países, Colombia cuenta con una mano de obra calificada, con precios competitivos y producción de mayor calidad, que garantizan innovación, emprendimiento y desarrollo para enfrentarse a un mercado internacional.

Revisando las cifras de Colombia en cuanto a manufactura se puede realizar más inversiones que permitan un crecimiento óptimo para las empresas, como la modernización de tecnología, reposición de equipos, innovación, reducción de costos, ampliación del mercado interno y externo, y no dejar a un lado seguir buscando las alianzas estratégicas, sin dejar de pensar en los mayores obstáculos de la manufactura como el contrabando, costos de materias primas, cambios agresivos en las comercialización, trabajo informal entre otras.

De acuerdo con el DANE para el año 2018 la industria manufacturera entre los primeros 10 meses mejoro la producción un 3,52% y la venta total al 3,5% y gracias a ello el crecimiento a nivel mundial ha mejorado como se verá en la siguiente gráfica.

Tabla 3.

Producción manufacturera de diferentes países entre el año 2017-2018

País	Año 2017	Año 2018
Uruguay	-13,1	15,3
Turquía	7,9	6,5
China	6,6	6,3
Japón	4,7	3,2
Unión europea	3,1	3,0
Italia	3,6	3,0
Colombia	-0,7	3,0
Eurozona	2,8	2,8
España	3,2	2,7

Nota: Elaboración propia con datos de (Andi, 2018)

6.5. Clasificación arancelaria

La industria manufacturera colombiana, según la Dian se encuentra dividida en tres capítulos que se encuentran en la sección XI como Materiales textiles y sus manufacturas, en el capítulo 60 como tejidos de punto, capítulo 61 prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto y en el capítulo 62 como prendas y complementos (accesorios) de vestir, excepto los de punto (Dian, 2005).

SECCIÓN XI	Materias textiles y sus manufacturas	
CAPÍTULO 50	Seda	
CAPÍTULO 51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	
CAPÍTULO 52	Algodón	
CAPÍTULO 53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos	
CAPÍTULO 54	Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial	
CAPÍTULO 55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	
CAPÍTULO 56	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería	
CAPÍTULO 57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil	
CAPÍTULO 58	Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados	
CAPÍTULO 59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil	
CAPÍTULO 60	Tejidos de punto	
CAPÍTULO 61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	
CAPÍTULO 62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	
CAPÍTULO 63	Los demás artículos textiles confeccionados: juegos;	

Figura 6. Clasificación arancelaria de Colombia en la industria textil y manufacturera. Tomado de (Dian, 2005)

6.6. Comercio textil colombiano

El sector textil en Colombia busca ser competitivo y brinda ventajas que permiten mayor inversión, gracias a los acuerdos comerciales que se han suscrito y a su posición geográfica, se ha convertido en un centro de producción distribución para todos los mercados de Europa, Suramérica y Norteamérica (Procolombia, 2014).

6.6.1. Importaciones en la industria manufacturera.

Las importaciones de confecciones y prendas de vestir en Colombia se enfrenta cada día a cambios en el mercado, se logró determinar que para el año 2018 según cifras de la Superintendencia de sociedades los ingresos de las empresas con mayor crecimiento en Colombia como Coltejer, y Tennis que cayeron un 9,55% frente al año anterior, ya que los ingresos para el año 2017 fueron de \$11.2 billones de pesos mientras que para el año 2018 la cifra en ingresos fue de 10,13 billones de pesos, Coltejer indica que esta caída en las ventas se dio por el rubro de licitaciones en un 63% tanto en exportaciones como la ventas a sus cliente que cuentan con fidelidad, en cambio para la empresa de Tennis se llegó a pensar que esta cerraría por una posible quiebra para el gerente fue más la idea de renegociar las deudas vigentes del extranjero (Montes, 2019).

La cámara de confecciones y afines indicaron que las importaciones para el año 2017 de importaciones de prendas son de 584 millones de prendas la mayoría de países, generando así un crecimiento de 21.8% llegando así a un crecimiento de más del 20% de las importaciones que afectan fuertemente la producción nacional, se tiene en cuenta que el 50% de la clase alta adquieren productos importados, el 30% de la clase media consumen estos productos importados y el porcentaje restante de esta clase compran productos locales. El 70% de las importaciones provienen de países asiáticos y africanos con los cuales no se tienen acuerdos comerciales y no compran ni el 1% de los productos nacionales. Así el sector textil, ha generado un porcentaje descendiente en la tasa de empleo ya que para el año 2016 era de 23,7% y para el año 2018 alcanzó un 20,2% esto se debe a la llegada de productos extranjeros a la economía nacional (Bejarano, 2019).

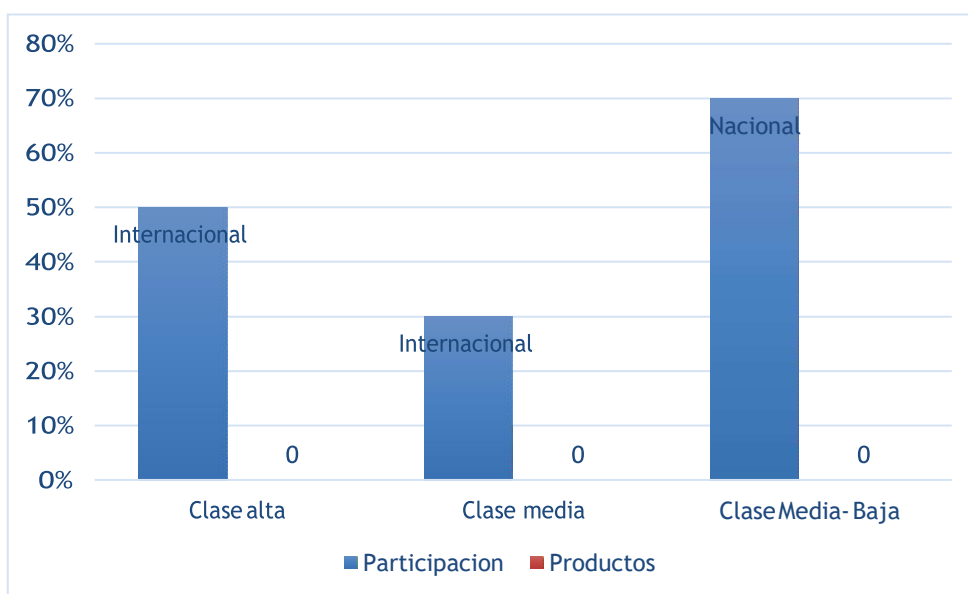


Figura 7. Participación clases sociales de productos importados en Colombia. Elaboración propia con datos tomados de (Bejarano, 2019)

La figura 7 muestra el fuerte impacto que ha tenido las importaciones en las clases sociales colombianas, algunas cifras que se encontraron del presidente de Unimoda, el consumo de la industria textil en Colombia representa 16 billones de pesos al año, pero se tiene en cuenta que el 30% de estas son de origen ilegal, donde se incautan alrededor de 30.000 millones de pesos en productos de contrabando de telas y prendas de vestir, llegando a abrir más de 50 investigaciones a importadores de estos productos. Según la fuente información estadística de importaciones y exportaciones para tu empresa (CVN) para el año 2017 las importaciones femeninas tuvieron mayor participación llegando al 42% generando más de USD\$ 247 millones, lo que las

importaciones masculinas no lograron y tan solo ocuparon en 29% de las importaciones, y el restante de importaciones se sumó a mercancía unisex (CVN, 2018).

6.6.2. Exportaciones en la industria manufacturera.

Las exportaciones en Colombia se evidencia en la región de Antioquia, el mayor productor con un 39,84% moviendo toda la industria manufacturera como confecciones, calzado, cuero, bisutería y sus insumos que ha generado ganancia y reconocimiento en diferentes países, estas exportaciones han ampliado el mercado y la participación de 1.333 empresas nacionales con ingresos de US\$ 921 millones, cifra generada por PROCOLOMBIA, que además evidencia que Colombia genera un gran reconocimiento en fajas y ropa de control en todo América y además es el tercero en el mundo, además el primero en tejido plano en Sudamérica y líder de productos como jean, ropa interior, vestidos de baño, con productos de alta calidad en diseño y materia prima.

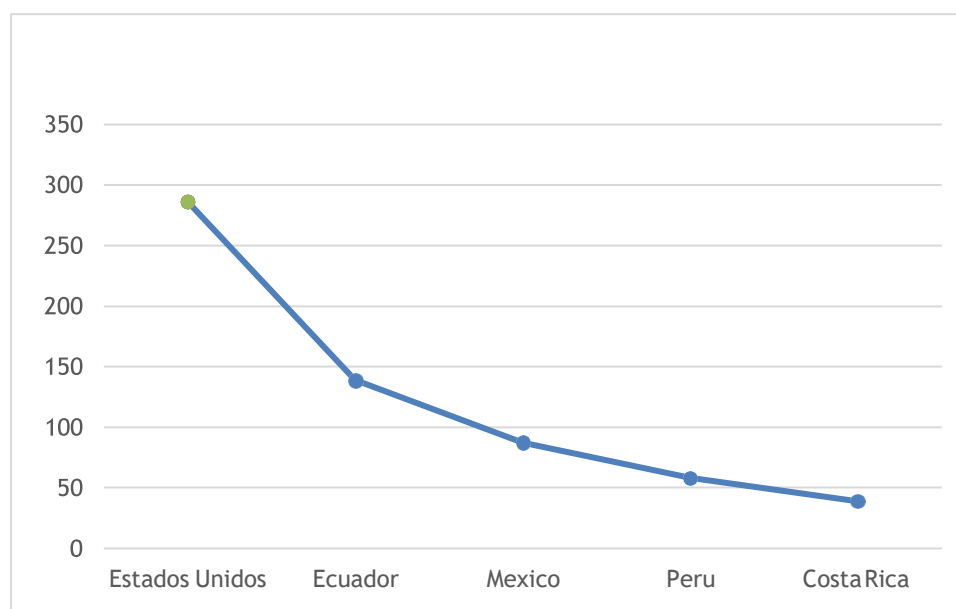


Figura 8. Principales exportadores de la industria textil. Elaboración propia con datos tomados de (Elejalde, 2018)

En la figura 8 se observa que los principales exportadores en la cadena de sector textil y moda son Estados Unidos con US\$ 286,4, luego Ecuador US\$ 139, México con US\$ 87,1, Perú con US\$ 58 Y Costa Rica el que genera menor participación con US\$38,8, esto permite que cada vez se potencialice más el país, así la capacidad comercial internacional sea más fuerte, sumando el aprovechamiento de los tratados libres de comercio (TLC) que tiene cero arancel, como la Comunidad Andina, Chile, México, Canadá o el más potente para nuestro país como la Unión Europea (Elejalde, 2018).

6.6.3. Balanza comercial.

La industria textil colombiana atraviesa fuertes retos que afecta no solo a los empresarios, si no a trabajadores y comercializadores de los productos nacionales, por eso se busca una salida equilibrada que regule el comportamiento de las importaciones, mejorando la economía colombiana, según estudios se ha evidenciado que el país importa 5 veces más de lo que se exporta en este sector. (Portafolio, 2019).

La grafica 9 muestra las exportaciones e importaciones de confecciones y textiles en millones de dólares, se puede evidenciar que el saldo es negativo ya que las confecciones cierran con un valor de US \$ 47.8 millones y textiles cierran US \$ 455.6 millones. Cabe resaltar que en los meses de enero y mayo del 2019 las importaciones en confecciones crecieron un 7.2% respecto al año 2018 esto muestra un déficit comercial ya las exportaciones están siendo superadas por las exportaciones y que en para el caso de textiles creció un 9%.

Para las exportaciones la gráfica muestra que para el año 2019 las confecciones lograron ingresos de US\$247,7 Millones y para exportación de textiles logro US\$ 111,8 comparado al año anterior.

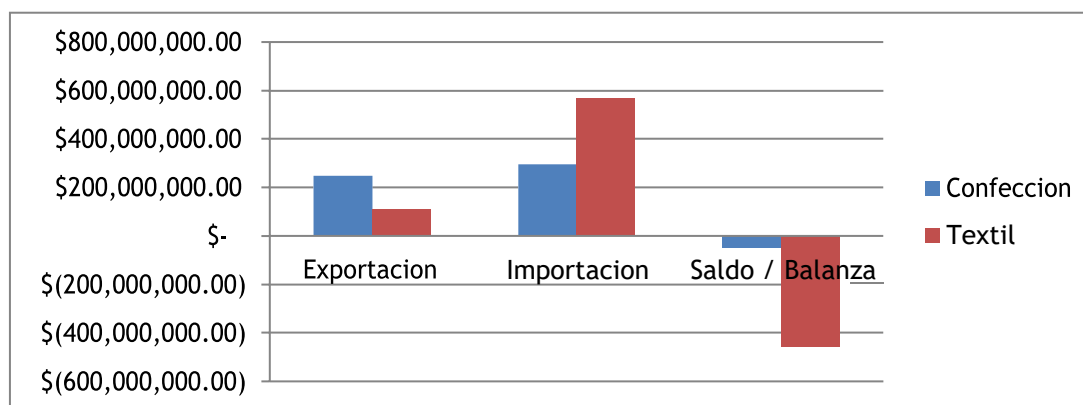


Figura 8. Balanza comercial de importaciones y exportación en la industria textil colombiana. Elaboración propia con datos tomados de (Portafolio, 2019)

7. Made In the World Initiative

A continuación, se evidencia las características de *Made In The World Initiative*, que permiten que Colombia implemente estrategias para participar en una marca de gran impacto, generando un crecimiento óptimo para el sector textil, además se muestra como algunos países logran incorporarse a esta marca, permitiendo así un reconocimiento de países en vías de desarrollo que buscan mejorar la economía del país.

7.1. Surgimiento

En siglo XXI, la industria moderna busca mejorar y ampliar el concepto de Cadenas De Valor por eso este se convierte en productos elaborados por el mundo con fragmentación internacional que cuenta con la participación de diversas empresas donde, las operaciones de las empresas, desde la creación e idea de un producto pasando por su fabricación componentes y su proceso final que es el montaje y la comercialización, están repartidas en todo el mundo, dando lugar a cadenas de producción internacionales. Cada vez más productos están “hechos en el mundo” y no en un solo país. Con el fin de crear valor en el país menos desarrollado que permita un crecimiento idóneo y además el reconocimiento de toda una nación. El sesgo estadístico que genera la imputación de la totalidad del valor comercial al último país de origen puede ser exagerado, igualmente el debate político sobre el origen de los desequilibrios y hacer que se tomen decisiones mal fundamentadas y por lo tanto contraproducentes. El desafío sigue siendo hallar la conexión estadística adecuada entre las diferentes contabilidades nacionales a fin de representar correctamente las interacciones internacionales surgidas de la globalización y facilitar el diálogo entre los dirigentes, superando las fronteras nacionales y es así que la OMC quiere ver este concepto por el mundo, o así lo explica en su página web (World Bank, 2017).

La organización mundial de comercio en 1998 generó un informe donde describe que solo el 37% del valor de producción de un automóvil típico se genera en los estados unidos, de esta manera se empezaron a generar todo un proceso de investigaciones, aportes y foros para lo que hoy la OMC define como Made In The World, a partir del importante desarrollo de las cadenas globales de valor que se fueron consolidando en el mundo con el paso de los años (Mr. Andreas, 2017).

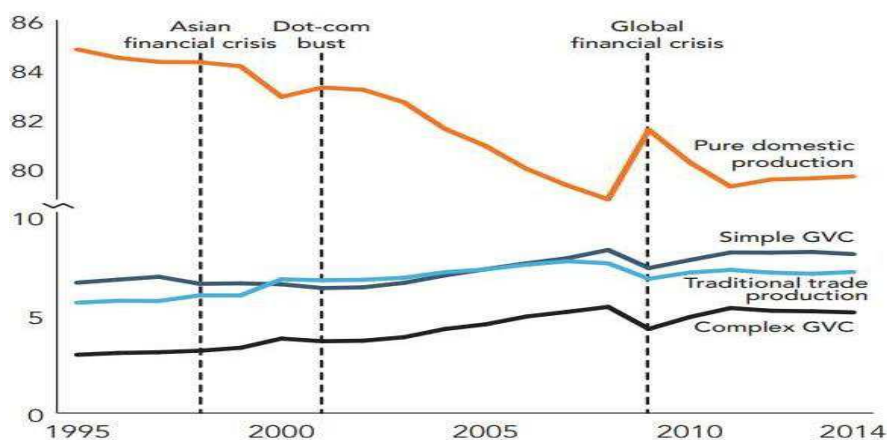


Figura 9. Valor global para la crisis financiera. Tomado de, (World Bank, 2017)

Como se observa en la figura 10:

Las Cadenas Globales De Valor tuvieron un aumento durante la era moderna de la globalización, desde 1995 el valor agregado se sigue produciendo y consumiendo en los países, pero desde la crisis financiera mundial de 2008 de un 85% a menos del 80%, los diferentes tipos de comercio se expandieron durante ese periodo. Después de este periodo las cadenas globales de valor aumentaron en un 60-67% en términos de valor agregado. De esta manera entre 2002-2008 China que se une a la organización mundial de comercio logró una creciente participación y desarrollo en las cadenas globales de valor (*World Bank, 2017*).

7.2. Características de Made In The World Initiative

El concepto de país de origen cada vez está quedando más atrás con las diferentes cadenas de valor creadas a través de los tiempos en las cuales se puede ver que un producto con un país de origen en realidad no debe ser llamado de esa manera puesto que para poder ser producido pasa por dos procesos en otro país, estos son:

- Fabricación de otros componentes para la concepción del producto en otros países
- Logística por parte de otros países

Características que debe tener un país para pertenecer a una cadena de valor global según países industrializados.

- Profundizar el proceso de liberalización de bienes y servicios en el marco del sistema multilateral de comercio de la OMC.

- “Circulación de conocimiento” procesos de construcción de capacidades por parte de los agentes que intervienen en dichas cadenas.
- Grado de apropiación de valor agregado
- Capacidades y poderes relativos de los agentes involucrados y los activos que ofrezcan los distintos ambientes nacionales en los que dichos agentes operan.
- Liberalización de servicios como: logísticos de distribución, de telecomunicaciones, los relacionados a los negocios y a los servicios financieros como tantos otros servicios relacionados al comercio.
- Eliminación de las restricciones a las exportaciones, en especial los impuestos a la exportación aplicados a las materias primas.
- No al control de capitales
- Libre movimiento de las exportaciones de materias primas, las restricciones a las exportaciones son malas políticas (Alonso P, 2013).

7.3. Casos *Made In The World Initiative*

Los siguientes casos de la vida real demuestran que las Cadenas Globales De Valor existen dentro la producción de marcas reconocidas y son esos mismos casos los que permitieron el desarrollo de la estrategia *Made In The World Initiative*.

7.3.1. Carros BMW.

La fibra de carbono es el material sintético que da forma al módulo life, es decir la parte que se habita en un automotor y se fabrica en varias plantas. El proceso inicia en Moses Lake Washington, donde se obtiene a través de un termoplástico precursor de fibra textil a base de poliacrilonitrilo. Con este complejo material, BMW obtiene trazas de fibra de carbono pequeñas que después, se reúnen y guardan como carreteras y se envían a la planta de *Wackersdorf*. En forma de láminas, así mismo, la fibra que cubrirá el BMW i8 llega a las plantas de Landshut y Leipzig, ubicadas en Alemania, donde se convierten en partes del vehículo; para darles forma, se utiliza un molde. Después, las piezas se unen con un módulo más grande e inyecciones de resina de alta presión. La batería de alto voltaje se fabrica en Dingolfing. El motor de combustión del BMW i8, gasolina de tres cilindros con tecnología BMW TwinPower Turbo que desarrolla 231 CV, se produce en la planta de motores que BMW tiene en Hams Hall Reino Unido (Lopez, 2014).

7.3.2. El iPod.

Todo iPod está “Diseñado por Apple en California; Ensamblado en China.” El proceso que hay entre el diseño y la venta final de un iPod se efectúa por la colaboración y cooperación llevada a cabo dentro de una cadena de producción que está dividida en varios países, que aportan trabajo y actividad económica de cada uno (Martin, 2014). El disco duro es producido en Japón (32% del valor agregado); la memoria, en Corea (1%); los procesadores (4%) y el diseño (27%), en EE. UU.; las baterías, en diversos países (11%); el ensamble, en China (2%), y la distribución, en todo el mundo (23%) (Hernando, 2013).

7.3.3. La muñeca Barbie.

El diseño y los moldes se hacen en los Estados Unidos, el refinado del petróleo para obtener etileno, en el Taipéi Chino, el pelo en el Japón, la ropa en China y el montaje, en Indonesia y Malasia; es decir, que la totalidad de su elaboración se logra por cooperación y valor agregado de otros países. Así mismo, sucede con lo que solemos llamar un automóvil “americano”, por cuanto el 30 por ciento del valor corresponde a Corea por el montaje, el 17,5 al Japón por los componentes, el 7,5 por ciento a Alemania por el diseño, el 4 por ciento al Taipéi Chino y a Singapur por los pequeños componentes, el 2,5 por ciento al Reino Unido por servicios de comercialización y el 1,5 por ciento a Irlanda y Barbados por el procesamiento de datos (Rugwabiza, 2011).

7.3.4. Relojes suizos.

Las etiquetas de los relojes suizos por el hecho de ser de este país, es uno de las más valiosas en el mundo, lo que genera reconocimiento, calidad y altas exportaciones, pero mucho de los clientes se sorprenden al validar si es 100% hecho en este país, poniendo en riesgo credibilidad y es que para considerar un reloj de origen suizo debe tener al menos el 50% elaborado en este lugar, pero como un producto terminado no existe un porcentaje mínimo, la compañía Mondaine indica que el problema no es donde se producen los relojes, si no en si cumplen con los estándares suizos, ya que todas las partes importadas por esta empresa pasa filtros rigurosos para altos controles de calidad, con requisitos y pasos intermedios, para asegurar si se convierte en un producto suizo, sin contar que la mayoría es de origen asiático (Ornelas, 2013).

8. Propuesta *Made In The World Initiative* para la industria textil colombiana en el marco de los acuerdos internacionales

La propuesta que se hace para culminar esta investigación es que se tengan en cuenta los acuerdos internacionales para desarrollar la estrategia de *Made In The World Initiative* puesto que los cuatro aspectos mencionados y explicados anteriormente son fundamentales para que se pueda desarrollar la estrategia *Made In The World Initiative* estos son fabricación de otros componentes para la concepción del producto en otros países, profundizar en el proceso de liberalización de bienes y servicios en el marco del sistema multilateral de comercio de la OMC, liberalización de servicios como: logísticos de distribución, de telecomunicaciones, los relacionados a los negocios y a los servicios financieros como tantos otros servicios relacionados al comercio y la eliminación de restricciones a las exportaciones, en especial los impuestos a la exportación aplicados a las materias primas.

Por lo tanto para que se cumplan las características ya mencionadas es necesario hacer parte de un acuerdo de integración económica. Colombia cuenta con la participación en dos acuerdos de integración económica como lo son la CAN (Comunidad Andina De Naciones) conformada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. La Alianza Del Pacifico que para el proyecto que culmina se empleara como plataforma estratégica para desarrollar *Made In The World Initiative* para la industria textil colombiana.

Por ello Alianza del Pacífico es una plataforma estratégica para *Made In The World Initiative*, este texto es basado y afirmado en Alianza del Pacifico.



Figura 11. Aspectos relevantes de la Alianza del Pacífico

Nota: Elaboración propia con información tomada de (Alianza Del Pacífico, s.f.)

Las razones para seleccionar alianza del pacífico es que tiene un proceso de liberalización de bienes y servicios.

También la Libre movilidad de personas, Intercambio académico y estudiantil, Promoción cultural, Integración de los mercados de valores, Apertura de oficinas comerciales conjuntas, Participación en ferias y exposiciones en un mismo espacio, Mejoras en la competitividad y la innovación de las micro, pequeñas y medianas empresas, Turismo, Preservación y respeto del medio ambiente y Creación de una red de investigación científica sobre cambio climático (Tamara, 2019).

8.1. Fabricación de otros componentes para la concepción del producto en otros países

Para el buen desarrollo de las Cadenas Globales De Valor que van a formar parte de la marca *Made In The World Initiative* es importante conocer los factores y componentes en los cuales cada uno de los países de la alianza del pacífico podrían participar dentro de la producción de un textil, para así mismo hacer un buen aprovechamiento de los componentes y generar productos de buena calidad y atractivos para la demanda internacional.

Por otro lado, el reconocer cada una de las materias que un determinado país tiene para ofrecer a la elaboración de un bien o servicio dentro de una cadena de valor en un acuerdo de integración económica trae diferentes consecuencias secundarias de gran importancia porque de esta manera

permite que otros países evidencien que aquellas materias pueden llegar a hacer parte de productos elaborados en sus países puesto y dar un valor agregado dentro de un proceso productivo.

8.1.1. Chile.

La fabricación local es casi inexistente pero las marcas chilenas son fuertes y existe una alta influencia europea y argentina. No obstante, los diseñadores colombianos son reconocidos por sus prendas de alto valor agregado. Las posibilidades se concentran en paquete completo de jeans wear, ropa interior femenina y masculina, calzado en cuero, marroquinería con alto diseño y bikinis en temporada de verano (*Procolombia, 2014*).

Es por eso que Chile, aunque no es un gran productor en la industria textil, es de vital importancia tenerlo en cuenta puesto que sus marcas permiten el reconocimiento de la industria y de las manufacturas que se realizarán dentro del marco de la integración económica en la alianza del Pacífico.

8.1.2. México.

México es un país que puede representar para los otros tres países que conforman la alianza del Pacífico gran importancia teniendo en cuenta las relaciones que tiene con países como Estados Unidos y la cercanía que existe para el comercio entre los dos países. Así mismo es importante tener en cuenta que es una de las economías más desarrolladas en América y esto permite que otras grandes industrias inviertan en las iniciativas que generen los productos textiles dentro del acuerdo de integración económica hecho por la alianza del Pacífico.

En el caso de México, la segunda economía de América Latina después de Brasil, Procolombia tiene identificadas oportunidades en bisutería, calzado e insumos para calzado, cueros preparados, jean wear, joyería, manufacturas de cuero, ropa casual, de control, de hogar, deportiva, formal masculina, infantil e interior, textiles e insumos, y vestidos de baño; es decir, que cuenta con gran variedad y aporte a la producción o elaboración de un bien o servicio (*Procolombia, 2014*).

Hay potencial con el desarrollo exclusivo para marcas teniendo en cuenta las estaciones climáticas, por lo que las compras se hacen con un año de anticipación. El tejido plano tiene mayor demanda para camisa y pantalón, y los colores neutros para estampación

tienen un potencial importante en el mercado. Los principales competidores son Brasil, Argentina y Guatemala (*Procolombia, 2014*).

Así las cosas, Colombia tendría oportunidad de participar como proveedor, suministrando los elementos propios para la elaboración de los productos antes relacionados en cooperación con México y tener la oportunidad de que sus manufacturas se dieran a conocer en estados unidos por la cercanía y comercio que existe entre estos países.

Por otra parte. (Ibercondor, 2018) Afirma que “la industria textil en México se ha caracterizado por agrupar empresas dedicadas a la producción de fibras sintéticas, prendas de vestir, calzado, artículos para baño y telas”.

8.1.3 Perú.

Es probable que junto a la industria textil colombiana se puedan generar alianzas estratégicas puesto que son dos industrias similares que en una futura fusión pueden representarse como una de las industrias más fuertes dentro de América del sur y de esta manera producir textiles con alta calidad y valor agregado de tipo exportación aportando de cada uno aquellos insumos en los que más se destaquen sus confecciones a nivel mundial.

Las oportunidades para crecer con la venta de bisutería, calzado e insumos para calzado, cueros preparados, joyería, manufacturas de cuero, ropa casual, de control, hogar, interior, textiles e insumos, y vestidos de baño. En el mercado peruano también son importantes las colecciones según la temporada, dividiéndose en primavera/verano e invierno/otoño. Y si bien el precio es el factor principal de compra, la calidad cada vez se aprecia más y es un factor importante para diferenciarse de los demás (*Legiscomex, 2014*).

8.1.4. Colombia.

La producción colombiana dentro de la alianza del pacífico tiene potencial para realizar cadenas productivas con los tres países mencionados anteriormente debido a que la industria tiene gran valor agregado en la innovación que se desarrolla en la producción y la capacidad que tienen las empresas y sus diseños para poder sacar de cada uno de los países los insumos a usar en el desarrollo de manufacturas de calidad, con gran valor agregado y oferta exportable mundialmente.

El país está en la capacidad de ofrecer un alto contenido de diseño, estampación y acabados. Productos en fibras naturales y sintéticas como seda, rayón, poliamidas,

elásticos, poliéster especial, viscosa, entre otras, que incluyen diseños diferenciados, con técnicas de estampación por sublimación y digital (*Procolombia, 2015*).

8.2. Profundizar en el proceso de liberalización de bienes y servicios en el marco del sistema multilateral de comercio de la OMC

El objetivo es el de obtener acceso efectivo a los demás mercados de la Alianza, mediante la eliminación de barreras innecesarias al comercio. Igualmente, la eliminación de estas barreras dentro de la Alianza podría significar mayor acceso y proyección de Colombia a terceros mercados, puesto que se producen confecciones de alta calidad y competitividad ya que la eliminación de las diferentes restricciones al comercio permite ofrecer buenos precios que puedan ser comparados con las confecciones de todo el mundo.

Actualmente el nivel de profundidad en materia de libre comercio de bienes es alto entre los Estados de la Alianza del Pacífico. Para el caso de Colombia ya existían tratados de libre comercio con México (desde 1995), con Chile (desde 1993) y con Perú en marco de CAN. (Desde 1969-1997) y 95.2% del universo arancelario. El protocolo comercial de la Alianza, que no es objeto de este proyecto de ley plantea la eliminación de los aranceles de un restante 4.4% del universo arancelario colombiano, con el objetivo de acercarse a la libre circulación de bienes en el marco del mecanismo (*Decreto N°326, 2016, p27*).

8.3. Liberalización de servicios como: logísticos de distribución, de telecomunicaciones, los relacionados a los negocios, a los servicios financieros y otros servicios relacionados al comercio

Este proceso hace que en la distribución física internacional generada dentro del acuerdo exista valor agregado tanto a la producción del bien y su costo como a la rentabilidad de estas cadenas globales de valor entendiendo que la libre circulación de diferentes factores en los encadenamientos disminuye gastos significativos en la producción entendiendo así que estos factores permiten que se puedan ofrecer productos de calidad y a bajo costo que compitan con la producción internacional, demostrando así que la efectividad de los servicios entre los países permiten que se desarrollen las cadenas globales de valor con la industria textil de manera efectiva.

Así mismo la alianza del pacifico busca establecer relaciones entre las agencias de aduanas de los cuatro países donde se permita un movimiento de bienes e información

más rápido como también poder compartir información de documentos donde los procesos se puedan realizar de manera más efectiva ya que estas medidas aduaneras permiten que haya un proceso más cooperativo entre los países y efectivo para el comercio entre las empresas que desarrollan las cadenas de valor (*Decreto N°326, 2016, p27*).

La Alianza Del Pacífico en la facilitación del comercio y cooperación aduanera: Los Estados acordaron trabajar en los temas de comercio sin papeles, ventanillas únicas de comercio, operador económico autorizado y resoluciones anticipadas. En cooperación aduanera se acordó trabajar con el Banco Interamericano de desarrollo (BID) para realizar un análisis de los acuerdos de cooperación y asistencia mutua existentes, con miras a identificar áreas de trabajo y proyectos de interés común, los cuales pueden incluir a Estados observadores (*Decreto N°326, 2016, p27*).

8.4 Eliminación de las restricciones a las exportaciones en especial los impuestos a la exportación aplicados a las materias primas

Dentro del Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico podemos encontrar específicamente los artículos en los cuales se da a conocer la eliminación de las restricciones a las importaciones y exportaciones como se señala a continuación en el artículo 3.6, dando a conocer que de ninguna manera dentro de la alianza se pueden hacer otro tipo de restricciones no arancelarias que impidan una libre circulación de materias primas entre los países, y garantizando un desarrollo efectivo del acuerdo por parte de los cuatro países que permita la fácil circulación de las materias primas.

8.4.1 Restricciones a la importación y exportación.

Las eliminación de las restricciones a las importaciones y exportaciones son las que permiten que los procesos de cadenas globales de valor generan mayor rentabilidad tanto para quienes van a integrar los procesos como para quienes se van a ver beneficiados por los bienes y servicios resultantes de los mismos, es por eso que el protocolo impide que se haga cualquier tipo de restricción a las importaciones y exportaciones puesto que la finalidad del acuerdo de integración económica es que existan beneficios económicos con la eliminación de las diferentes restricciones para que las empresas de los cuatro países que integran el acuerdo puedan desarrollarlos procesos de manera libre, como se menciona a continuación:

Salvo disposición distinta en el presente Protocolo Adicional, ninguna Parte podrá adoptar o mantener una medida no arancelaria que prohíba o restrinja la importación de cualquier mercancía de otra Parte o a la exportación o venta para la exportación de cualquier mercancía destinada al territorio de otra Parte, excepto lo previsto en el Artículo XI del GATT de 1994, incluidas sus notas interpretativas. Para tal efecto, el Artículo XI del GATT de 1994 y sus notas interpretativas, se incorporan al presente Protocolo Adicional y son parte integrante del mismo *mutatis mutandis* (Sice, 2014).

8.4.2 Otras medidas no arancelarias.

Está impedido por la Alianza Del Pacifico generar regulaciones por parte de los países donde se esté incumpliendo la libre circulación de bienes por motivo de medidas no arancelarias y así mismo se esté afectando el comercio entre alguno de los países involucrados, dañando el propósito y las intenciones que propone la alianza del pacifico como un acuerdo de integración económica en busca del desarrollo económico libre, como lo determina el acuerdo marco:

De ninguna manera se pueden optar medidas como leyes o regulaciones que impidan que exista una libre circulación entre los países puesto que esto afectaría a algunos de los países que conforman la alianza del pacifico, de ser así es importante que quien proponga alguna medida debe comunicarlo con un plazo de 60 días para poder entender si los países afectados optan por aceptar la medida propuesta (Sice, 2014).

8.4.3 Licencias o permisos de importación.

Es importante entender que de no cumplirse a cabalidad todo lo expuesto dentro del acuerdo o de tener la intención de proponer algún cambio, todo se debe notificar entre las partes para saber si se está de acuerdo así mismo se debe tener en cuenta que las licencias y permisos diferentes a los ya pactados dentro del protocolo son de obligatorio cumplimiento garantizando así que exista un rápida circulación de las importaciones entre los países por parte del proceso documental donde las licencias juegan un papel importante para poder desarrollar de buena manera los procesos de Cadenas Globales De Valor como se indica en el protocolo:

Las partes no podrán delimitar un acuerdo diferente al ya existente con respecto a las licencias generado por la alianza del pacifico del ser así se estaría incumpliendo con un derecho que existen entre los cuatro países dentro del acuerdo de ser así se debe comunicar dentro de los 20 días hábiles después de haberlo notificado al importador

para saber si este lo aceptaría, y así no incumplir con lo pactado dentro del acuerdo marco (*Sice, 2014*).

8.4.4 Cargas y formalidades administrativas.

Por último es importante tener en cuenta que dentro del acuerdo de integración económica que se hace para el buen desarrollo de los países y dentro de este caso para la industria textil está totalmente prohibido que se imponga cualquier otro valor como un impuesto o medidas a las importaciones y exportaciones que impidan el libre desarrollo del comercio entre los países y de esta manera la cooperación económica que es lo que finalmente la alianza del pacifico busca para las economías de cada uno de los países y sus interacciones.

Cada Parte garantizará, de conformidad con el párrafo 1 del Artículo VIII del GATT de 1994 y sus notas interpretativas, que todas las tasas y cargos de cualquier naturaleza, distintos de los aranceles aduaneros, los cargos equivalentes a un impuesto interno u otros cargos nacionales aplicados de conformidad con el párrafo 2 del Artículo III del GATT de 1994, y los derechos antidumping y medidas compensatorias, impuestos a la importación o exportación o en relación con las mismas, se limiten al costo aproximado de los servicios prestados y no representen una protección indirecta a las mercancías nacionales ni un impuesto a las importaciones o exportaciones para propósitos fiscales (*Sice, 2014*).

9. Conclusiones

La industria textil colombiana para la estrategia *Made In The World Initiative* es importante que Colombia esté dentro de un acuerdo de integración económica, por ello Colombia cuenta con empresas y fabricas textiles, que tienen la capacidad de ingresar a la Alianza Del Pacifico teniendo en cuenta que solamente dentro de un acuerdo de integración económica se cumplen aquellas características como la fabricación de componentes, la liberalización de bienes y servicios, y la eliminación de restricciones a las importaciones que según los países industrializados es importante tener en cuenta para así participar en cadenas de valor globales y de esta manera poder ingresar a la estrategia *Made In The World Initiative* dentro de un comercio intraindustrial.

La industria textil en Colombia es un sector capaz de superar y sobre salir en cuanto a los productos extranjeros, por eso busca integrarse a la estrategia *Made In The World*, tiene alrededor de 720 empresas divididas en grandes, pequeñas y micro empresas, con una oferta que permite ampliar el mercado, además la industria textil colombiana no solo busca generar ingresos ,si no ,que busca una penetración en el mercado ,con nuevas tecnologías y tendencias ecológicas, diversifica sus productos en diferentes catálogos como jean, fajas, ropa moldeadora, conectando tendencia, moda, diseños multiculturales, sin dejar a un lado biodiversidad y cuidado ambiental.

Las características de los países industrializados a partir del análisis de las cadenas globales de valor para la producción de bienes como el iPod, un carro o una muñeca buscan participar en la estrategia *Made In The World* son inicialmente que sus procesos de producción y concepción de otros componentes pasen por varios países, además de llevar a cabo la profundización en la liberalización de bienes y servicios, una libre circulación de conocimiento y de factores de producción y financiación, como también la eliminación de las restricciones a las importaciones y exportaciones, porque teniendo estas características se pueda desarrollar una buena distribución de los recursos y el aprovechamiento de diferentes factores que permiten dar valor agregado a un bien y de manera directa aportando desarrollo económico, social y comercial a los países que desarrollan estas estrategias.

La industria textil colombiana cuenta con grandes empresas que generan crecimiento óptimo del país siendo reconocidas de tradición de 100 años como lo son Coltejer, Fabricato y Leonissa o Crystal S.A.S con una participación de \$686.749.000 entre otras que son reconocidas dentro de La

Alianza del Pacífico como una industria de carácter innovador y a la moda, teniendo en cuenta que la fabricación local es fuerte en las fibras naturales, tejidos de punto, camélidos y maquila. Donde se le facilita las relaciones productivas con empresas de los países que integran la alianza del Pacífico para la integración de cadenas de valor con otras empresas y marcas textiles.

Las cadenas globales de valor son un proceso que hoy en día es obligatorio para cualquier país en un mundo tan globalizado, teniendo en cuenta que el comercio cada día es más competitivo y es indispensable tener aliados estratégicos alrededor del mundo, porque de esta manera se puede hacer una buena circulación de aquellos factores de producción y de valor agregado en los que cada país es más competitivo, entendiendo así que el comercio intraindustrial permite que países que fabrican los mismos bienes puedan comerciar entre ellos ofreciendo así un valor agregado y obteniendo mayor rentabilidad por medio de las cadenas de valor global y las estrategias derivadas de *Made In The World Initiative*, permitiendo así que la unión de las industrias sea un factor de competitividad frente a otros bienes y servicios.

Colombia es un país muy apetecido en la industria textil por su carácter innovador, tendencias en moda y mano de obra calificada, cuenta con una fabricación local fuerte sobre todo en fibras naturales, tejido de punto, camélidos y maquila y no solo eso tiene empresas bien estructuradas que manejan sus propias fábricas, propios procesos y personal idóneo, además se fortalece gracias a la alianza del Pacífico, que brinda posibilidades de aumentar la participación y oportunidad en el mercado, creando alianzas con los países vecinos. Finalmente se busca ser solo una marca, buscando mejorar la economía de los países en vías de desarrollo, con la unión de posibles cadenas de valor y con el fin de reconocimiento de un solo país, si no convertir un producto, hecho en el mundo.

10. Referencias

- Aguirre, c. (24 de febrero de 2014). *conexionesan*. Recuperado de conexionesan:
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/02/24/contribucion-paul-krugman-disciplina-economica/>
- Alianza del pacifico. (s.f.). *Alianza del pacifico*. Recuperado de Alianza del pacifico: <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/>
- Alianza Del Pacifico. (s.f.). *Alianza del pacifico*. Recuperado de <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/>
- Alianza, D. P. (2016). *pwc*. Recuperado de pwc:
<https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/2016/20160606-am-pub-alianza-pacifico-digital.pdf>
- Alonso P, F. (2013). *Cadenas Globales de valor, los paises en desarrollo y sus Pymes*. España: Instituto De Estrategia Internacional.
- Andi. (2018). *Andi* Recuperado de http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%20y%20Perspectivas_636882495815285345.pdf
- Bejarano, J. M. (10 de Mayo de 2019). *La republica*. Recuperado de La republica:
<https://www.larepublica.co/economia/asiaticos-quiebran-al-sector-textil-camara-colombiana-de-la-confeccion-2860199>
- Camara, d. C. (Julio de 2019). *Cluster Bogotá*. Recuperado de ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2019/Julio-2019/Validacion-de-programas-de-formacion-para-el-sector-textil
- Campos, A. (junio de 2014). *el sector textil en Colombia: ¿cómo ser más competitivos?* recuperado del sector textil en Colombia: ¿cómo ser más competitivos?:
<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>

Cárdenas, M. J. (27 de octubre de 2014). *portafolio*. recuperado de portafolio:

<https://www.portafolio.co/opinion/manuel-jose-cardenas/cadenas-globales-53310>

Chala, Pedraza. (22 de septiembre de 2017). *Biblioteca digital*. Recuperado de:

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20211/TAMD%20C436o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Consiglio, L. (21 de Julio de 2017). *Escuela De Negocios, Supply Chain Management y Logistica*.

Recuperado de Escuela De Negocios, Supply Chain Management y Logistica

: <https://ieec.edu.ar/desafio-la-cadena-global/>

Cvn. (27 de noviembre de 2018). *Cvn*. Recuperado de Cvn:

<https://www.cvn.com.co/fabricas-de-textiles/>

Decreto N°326. (24 de febrero de 2016, p27). *Decreto N°326*. Recuperado de Decreto N°326:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20326%20DEL%204%20DE%20FEBRERO%20DE%202016.pdf>

Decreto N°326, N. (24 de febrero de 2016, p27). *Decreto N°326*. Recuperado de N°326:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20326%20DEL%204%20DE%20FEBRERO%20DE%202016.pdf>

Decreto N°326, N. (24 de febrero de 2016, p35). *Decreto N°326*. Recuperado de Decreto N°326:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20326%20DEL%204%20DE%20FEBRERO%20DE%202016.pdf>

Dian. (2005). *Dian*. Recuperado de

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#23>

Elejalde, L. L. (18 de junio de 2018). *La Republica*. Recuperado de La República:

<https://www.larepublica.co/economia/exportaciones-del-sistema-moda-colombiano-mueven-us921-millones-en-107-paises-2739089>

Garzón, J. E. (14 de 02 de 2018). *Industria Textil Colombiana 2018: telas inteligentes y*

tendencias ecológicas. Recuperado de <https://www.minuto30.com/industria-textil-colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas/573057/>

- González, T. (27 de 10 de 2015). *Fashion network*. Recuperado de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Bogota-y-medellin-responden-por-la-industria-textil,587694.html>
- Hernández, S. (23 de marzo de 1997). *Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa*. Recuperado de <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWVpbnxtZXRvZG9sb2dpYWVlYWRlYmVpbnZlc3RpZ2FjaW9uYjd8Z3g6M2Y1MTRlZWU5ZWlWZjc0NQ>
- Hernando, J. G. (17 de enero de 2013). *Portafolio*. Recuperado de Portafolio: <https://www.portafolio.co/opinion/hernando-jose-gomez/cadenas-globales-72680>
- Ibercondor. (28 de 03 de 2018). *Ibercondor*. Recuperado de <https://ibercondor.com/blog/la-industria-textil-mexico/#targetText=La%20industria%20textil%20en%20M%C3%A9xico&targetText=La%20industria%20textil%20en%20M%C3%A9xico,importaciones%20supera%20al%20de%20exportaciones>.
- Inexmoda. (agosto de 2018). *Inexmoda*. Recuperado de Inexmoda: <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sector-textil-y-confecciones-agosto-2018/>
- Lacouture, r. d. (diciembre de 2005). *superintendencia de sociedades*. recuperado de cadena textil colombiana años 1995 – junio de 2005: https://www.supersociedades.gov.co/delegatura_aec/estudios_financieros/documents/sectores%20Econ%C3%B3micos/18-Desempe%C3%B1o%20del%20sector%20textil%201995-2005.pdf
- Legiscomex*. (5 de septiembre de 2012). Recuperado de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legisocmex.pdf>
- Legiscomex*. (2014). Recuperado de <https://www.legiscomex.com/Documentos/colombiatex-alianza-pacifico-oportunidades-ene-23-14-1not>

- Legiscomex.com.* (s.f.). Recuperado el 10 de 10 de 2019, de
<https://www.legiscomex.com/Documentos/modificaran-arancel-a-las-importaciones-de-textiles-actualizacion-legiscomex>
- Litman, T. G. (2017). La Alianza del Pacífico abre nuevos destinos para el textil latino.
FashionNetwork.
- Lopez, N. (28 de 04 de 2014). *auto bild.es.* Recuperado el 10 de 10 de 2019, de
<https://www.autobild.es/noticias/asi-es-proceso-fabricacion-bmw-i8-219443>
- Martin, K. (29 de agosto de 2014). *Universidad Francisco Marroqui.* Recuperado de
Universidad Francisco Marroqui: <http://bazar.ufm.edu/el-ipod-y-la-fragmentacion-global-de-la-produccion-cual-es-un-producto-nacional/>
- Montes, S. (4 de junio de 2019). *La República.* Recuperado de La República:
<https://www.larepublica.co/empresas/los-ingresos-de-las-textileras-bajaron-955-por-importaciones-asiaticas-2869234>
- Mr. Andreas, M. (03 de abril de 2017). *Organización Mundial De Comercio.* Recuperado
de Organización Mundial De Comercio:
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/background_paper_e.htm
- Organización Mundial Del Comercio. (24 de abril de 2018). *Organización Mundial Del Comercio.* Recuperado de
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s372_s.pdf
- Ornelas, A. (07 de junio de 2013). *Swissinfo.* Recuperado de Swissinfo:
https://www.swissinfo.ch/spa/cadenas-globales-de-valor_-made-in-the-world---adi%C3%B3s-a-las-barreras-geogr%C3%A1ficas/35861896
- Peters, E. D. (2018). *Cadenas Globales de Valor.* Mexico: Editores Buena Onda S.A.
- Portafolio. (08 de agosto de 2019). *Portafolio.* Recuperado de
<https://www.portafolio.co/negocios/el-pais-importa-5-veces-mas-de-lo-que-exporta-en-sector-moda-532398>

Porter, M. E. (noviembre de 2007). *la ventaja competitiva de las naciones*. harvard-deusto business review. recuperado de harvard business

review: <https://es.calameo.com/read/00472423715ecda3a215b>

Procolombia. (22 de enero de 2014). Recuperado de <http://www.procolombia.co/archivo/sector-colombiano-textil-confecciones-tiene-oportunidades-con-la-alianza-del-pac%C3%ADfico>

Procolombia. (22 de enero de 2014). Recuperado de <http://www.procolombia.co/archivo/sector-colombiano-textil-confecciones-tiene-oportunidades-con-la-alianza-del-pac%C3%ADfico>

Procolombia. (2015). Recuperado de

<http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/demanda-textil>

Procolombia. (s.f.). *Procolombia*. Obtenido de <https://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir-test/124-sectores/manufacturas/textil-y-confeccion/569-descripcion-del-sector.html>

Rice, e. a. (12 de diciembre de 2013). *analisis economico*. recuperado de analisis economico:

<http://www.analisiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/144/137>

Rugwabiza, V. (04 de 11 de 2011). *Organizacion Mundial del Comercio*. Recuperado el 10 de 10 de 2019, de https://www.wto.org/spanish/news_s/news11_s/ddg_04nov11_s.htm

Sice. (2014). *Sice,2014*. Recuperado de Sice,2014:

http://www.sice.oas.org/Trade/PAC_ALL/Pacific_Alliance_Text_s.asp

Sice. (s.f.). *Sistema de informacion sobre comercio exterior*. Recuperado de Sistema de informacion sobre comercio exterior:

http://www.sice.oas.org/Trade/PAC_ALL/Pacific_Alliance_Text_s.asp#c3_a3_6

Superintendencia de sociedades. (s.f.). Recuperado de

https://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Documents/2018/1%20000_MAS_GRAN_DES_NIIF.xls

- Superintendencia, D. S. (agosto de 2013). *Desempeño del sector textil confección 2008*. Recuperado de <https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>
- Superintendencia, D. S. (2017). *Desempeño del sector textil-confección*. Recuperado de <https://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Textiles.pdf>
- Tamara, g. l. (23 de enero de 2019). *fashion network*. recuperado de fashion network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-importaciones-textiles-de-Colombia-aumentan-un-15-8-entre-enero-y-noviembre,1059478.html#XV3qrugzbIU>
- Valdez, E. J. (2017). *Universidad de colima*. Recuperado de Universidad de colima: <https://portal.uco.mx/content/micrositios/131/file/A7EconomiayAlgoMas.pdf>
- World Bank, G. (2017). *Organizacion Mundial De Comercio*. Recuperado de Organizacion Mundial De Comercio: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/gvcs_report_2017.pdf