

Análisis competitivo del sector textil del mercado colombiano y chino

Karol Stefanny Carvajal Vega

Leidy Dorani Giraldo Duque

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020

Análisis competitivo del sector textil del mercado colombiano y chino

Karol Stefanny Carvajal Vega

Leidy Dorani Giraldo Duque

Director

Claudia Paola García Castiblanco

Trabajo de grado para optar al título de Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020

Resumen

El sector textil es tradicionalmente una de las industrias más relevantes del país, se ha evidenciado que en los últimos años ha tenido deficiencias, debido en gran parte a las importaciones a un menor costo provenientes de otros países, principalmente de China, por lo que el siguiente trabajado tiene como objetivo principal describir y analizar el desarrollo de la industria textil en China y su proceso de crecimiento comercial, con la intención de identificar aquellos factores y/o procesos que se puedan implementar en Colombia para de esta manera, sugerir una estrategia de competitividad bajo los parámetros de la teoría de Klaus. Es una investigación cualitativa y descriptiva en la cual se identifica y analiza las condiciones esenciales en los niveles Micro, Meso y Meta, dentro de la industria textil, lo que permite concluir que es necesaria la intervención de mecanismos adicionales para contribuir al desarrollo de este sector, tanto en aspectos propios del mercado como la administración empresarial, la innovación de procesos, la variedad en calidades y la disminución de costos, involucrando no solo a grandes compañías, si no a fabricantes informales que puedan impulsar sus pequeñas empresas y contribuyan con el desarrollo social del país.

Palabras clave: Balanza comercial, Competitividad, Crecimiento comercial, Industria textil

Abstract

The textile sector is traditionally one of the most relevant industries in the country, it has been shown that in recent years it has had deficiencies, due to imports at a lower cost from other countries, mainly from China, so the following work has as its main objective is to describe and analyze the development of the textile industry in China and its commercial growth process, with the intention of identifying those factors and/or processes that can be implemented in Colombia in order to develop a competitiveness strategy under the parameters of the theory. From Klaus. It is a qualitative and descriptive research in which the essential conditions are identifies and analyzed at the Micro, Meso and Meta levels, within the textile industry, which allows to conclude that it needs the invention of additional mechanisms to contribute to the development of this sector, both in aspects of the market such as business administration, process innovation, variety in qualities and lower costs, involving not only large companies, but also informal manufacturers that can boost their small companies and contribute to the social development of the country.

Keywords: Balance of trade, Competitiveness; Business growth, Textile industry.

Introducción

La industria textil en Colombia ha sido una de las más representativas y tradicionales la cual ha tenido una historia de más de 100 años en la cual se resalta calidad y la creatividad. En 1907 comenzó la historia de esta industria con la instauración de las primeras compañías de tejidos: Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato-Tejicondor), Compañía de Tejidos de Bello, Tejidos Medida, Fábrica de Tejidos Hernández y Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer). A mediados del siglo XX se dio el origen de marcas para productos terminados, siendo Leonisa la más representativa de ellas. A comienzos de la década de 1960 nuevas empresas de textiles y confecciones aumentaron el tamaño de la industria, con la incursión de marcas como Caribú, Everfit, Paños Vicuña y Pepalfa (Portafolio, 2011). De esta manera la industria textil colombiana tuvo años éxito dentro del mercado nacional.

En la actualidad la comercialización y la producción textil en Colombia se encuentra ubicada en su mayoría en la ciudad de Bogotá, alcanzando el 50,8%, situándose como la principal asignación de los productos en Colombia. Mientras que, y la ciudad donde su principal actividad económica es la confección es Medellín, en el Valle de Aburrá con el 42,5% del total de la producción del país (Dane, 2011).

Sin embargo para junio de 2017, según el informe del DANE sobre la encuesta realizada en el área manufacturera, la confección de prendas vestir tuvo una caída del 13%, y la hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles también mostró un decrecimiento del 19,9%, esto a causa del ingreso de productos chinos, ya que llegan a un costo más bajo, tan bajo que a las industrias nacionales se les hace casi imposible competir con estos precios (Portafolio, 2011).

Por su parte, la industria textil en China es dominada por grandes empresas como Youngor, Shanshan, Bosideng o Sunshine, las cuales se caracterizan por haber transformado su actividad y haber incursionado en otros sectores industriales, empezando con el desarrollo de su propia marca sin mayor dificultad. Las industrias chinas más allá de enfocarse en la producción extranjera, tienen una gran inclinación por cubrir y abastecer su mercado local. Las diez industrias chinas más relevantes son compañías que tienen una trayectoria de más de veinte años, quienes cuentan con una industria fuerte en tejidos y tratan de lograr por si mismos su distribución, en un momento en que el país avanza para convertirse en el mayor mercado de consumo del planeta (Medina, 2017).

Otra razón que explica la caída de la producción colombiana en el sector textil es que grandes empresas como Falabella y Zara, se han dedicado a la importación de sus productos debido a que la mano de obra es un 95% más económica que la Colombiana, con base en esto el vicepresidente de La Cámara

Colombiana de la Confección propone un alza al arancel para los productos provenientes de China, indicando que deben aumentar del 15% al 40% ya que Colombia pasó de ser exportador a importador de productos asiáticos, así como también se evidencia que gran parte de la problemática se da por el contrabando, lo asegura Carlos Eduardo Botero, presidente del Instituto para la Exportación y la Moda quien ratificó que si no nos aproximamos con una solución la industria colombiana se acabará. (Medina , 2017).

En este sentido, en agosto del 2018 se expidió la “Resolución 212 y que tiene en cuenta las investigaciones antidumping, relacionadas con la entrada de textiles denim, el Mincomercio fijó un nuevo precio base FOB de US\$3,25 por kilogramo. Es decir, unos US\$1,38 por debajo de lo que se definió en el 2017”. Lo cual generó polémica, ya que se dice que la empresa China Chamber of Commerce for Import and Export of Textiles (CCCT), había planteado autorregularse con un precio FOB de US\$4,3 por kilo, umbral que seguía siendo mucho más alto que el definido por el Mincomercio, (Portafolio, 2018). En marzo del 2019 Guillermo Criado (presidente de la Cámara Colombiana de la confección), dio un llamado de alerta por la crisis que atraviesa la industria textil y confección en Colombia, argumentando que esto se debe al aumento de contrabando e importaciones de Asia con bajos aranceles.

Teniendo en cuenta lo explicado hasta este punto, el presente trabajo propone determinar las estrategias para mejorar la competitividad en el sector textil mediante el estudio del mismo en China y Colombia, por lo cual la investigación se divide en 3 partes fundamentales. En la primera se realizará diagnóstico de la industria textil en Colombia y la afectación generada por China, en la segunda se analizará la industria textil China identificando los factores que facilitan el ingreso a los mercados y que podrían ser adoptados por Colombia, y en la tercera se plantean estrategias que permitan un mejoramiento de la industria textil colombiana. Sin embargo, previo al desarrollo de los resultados, a continuación, se presentan los antecedentes, el marco teórico y la metodología.

Antecedentes

En el estado del arte se buscó indagar sobre proyectos de investigación que se enfocaran en el estudio del mercado de textiles chino y/o colombiano, en el cual se describieran las oportunidades de mejora en comparación al mercado chino, las ventajas y desventajas que se tienen del mismo y como el gobierno puede ayudar para impulsar el sector. Estos trabajos ayudaron a identificar fuentes de información, pero además tendencias en el área investigativa.

De los proyectos que se tuvieron en cuenta para esta revisión de la literatura está Espinel y Marcela Cano (2018), quienes buscaron la manera de mostrar una visión general sobre cómo la

producción de textil es una condición positiva tanto para las empresas como para la sociedad. Mercado (2011) apoya esta versión diciendo que el país puede llegar a ser un gran competidor a nivel internacional, basándose mediante análisis de modelos de clúster, redes empresariales e información de diversas fuentes como documentos y estudios que permitían ver a fondo el comportamiento del país en el sector.

Isaza (2014) dice que para la industria textil en Colombia, al igual que otros sectores de la economía, no ha sido fácil adaptarse a las políticas de apertura económica y libre cambio desde 1990, al igual que Carvajal y García (2014) mencionan que para sectores como el textil y de confecciones es clave la capacidad de análisis de los negociadores internacionales, y su dinamismo en los mercados internacionales se ha visto acompañado múltiples cambios inesperados y que han alterado el funcionamiento de este sector clave en términos de sus nuevos actores dentro del comercio.

Martínez (2005) enfocó su trabajo entorno a la importancia que tiene China y Japón sobre Colombia y de él porque se deberían afianzar las relaciones con el fin de generar mayores beneficios de tal manera que se logre diversificar el comercio exterior, la tecnología, la educación, el turismo, y el posicionamiento internacional para Colombia.

Los trabajos analizados permiten tener la visión de la evolución que ha tenido el sector textil a partir de los años noventa y cómo ha afectado en algunas de las regiones productoras, a raíz de esto se muestra las baches y desventajas que se han producido, con esto se busca contrarrestar que se vuelva a dar el error y desarrollar las ideas emergentes que logre impulsar el mercado textil colombiano.

Los proyectos de investigación ya mencionados aportan un histórico de las problemáticas presentadas en el sector, mediante el cual se pueden tomar acciones preventivas y positivas en cuanto a la adquisición de decisiones y planteamiento de soluciones competitivas para el mercado textil Colombiano, de igual manera nos da argumentos de que Colombia no se puede basar en precios si no que por el contrario el valor agregado debe ser la innovación en los productos, que en la actualidad es por lo cual somos reconocidos en mercados internacionales.

Con este proyecto se busca identificar aquellos factores principales que puede Colombia tener para enfrentar la competencia China en el mercado textil, ya que con base en los proyectos de investigación que se han realizado con el tiempo, se afirma que Colombia tiene mucho potencial para llegar a ser un gran líder en el mercado internacional.

Marco teórico

Debido a que el presente trabajo habla sobre el mercado chino y la afectación en Colombia, se hace necesario trazar el eje principal bajo el cual se plantea la investigación. Se abordará la teoría de Klaus Esse Wolfgang, ya que plantea una relación entre eficiencia, productividad, competitividad y mejoramiento del nivel de vida de los ciudadanos, de igual manera se basa en el concepto de varios asuntos relacionados que conducen al desarrollo de la competencia, el diálogo y la toma conjunta de decisiones y que incluye varios grupos importantes de actores, uno de ellos se basa en la aplicación de la innovación ya que asegura que esta aplicación impulsa a cualquier área de la compañía siempre y cuando se posicione como un foco funcional en la estrategia de la empresa (Tudela, 2014).

Esto ya que según Klaus Esse Wolfgang dice que un país no puede elaborar de manera ilimitada políticas o factores de competitividad. Por lo cual los estados más competitivos cuentan con el siguiente nivel de competitividad, en el nivel meta poseen estructuras primordiales de organización jurídica, política y económica, capacidad social de organización e integración, y capacidad de los actores para la interacción estratégica; Un contexto macro que exige mayor eficacia de las empresas; Un nivel meso organizado donde el Estado y los actores sociales despliegan políticas de soporte específico, promuevan la formación de estructuras y articulen los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad, y en el nivel macro un gran número de compañías que buscan paralelamente la eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración recíproca, (Altimar, 1996)

De esta manera se puede identificar que se debe manejar los 4 niveles de Klaus (micro, meso y macro), esto debido a que las empresas han venido desarrollando una constante innovación para aumentar su calidad, volviéndose más flexibles y rápidos a través del cambio de producción, esto ha generado la necesidad de desarrollar redes de colaboración empresarial para que las compañías colombianas logren la globalización e integración en nuevos mercados, logrando la segmentación y recordación de producto por su calidad, requiriendo apoyo por parte los entes gubernamentales para salvaguardar del contrabando la producción nacional. Sin embargo, por temas de limitaciones en las fuentes de información, la presente investigación se centrará en los niveles Meta, Meso y Micro.

Metodología

La descripción del marco metodológico da inicio al tipo de investigación que se va a abarcar el cual es de tipo cualitativo, lo que hace referencia a investigaciones con recopilación de datos no numéricos, esto se realiza mediante la recolección, análisis e interpretación de los datos obtenidos para así generar datos comparativos que argumenten la investigación. De igual manera esta investigación es de enfoque descriptivo, esta consiste en la descripción e identificación de las actividades, procesos, objetivos, entre otras, esto nos ayuda con la argumentación y construcción de este trabajo. El tipo de fuente que utilizamos es secundario, esta es la información referida de fuentes primarias la cual contiene investigaciones organizadas y elaboradas (Significados, 2019)

Se analizarán las políticas implementadas desde 1978, esto debido a que pasado el último siglo China se ha potencializado más como industria y ha potencializado sus mercados textiles, generando caída en la producción de textiles colombianos. En el presente trabajo se va a desarrollar 3 capítulos de investigación, el primero se va a enfocar en realizar un diagnóstico de la industria Textil Colombiana, su desarrollo y crecimiento en la última década, el segundo se hará un análisis de la industria China, donde se identificarán los factores que facilitan el ingreso a los mercados mundiales, y en el tercer capítulo se van a generar estrategias que permitan el mejoramiento de la industria textil colombiana mediante la adopción de prácticas chinas, que probablemente se puedan implementar en Colombia.

Resultados

La historia textil de Colombia se remonta al año de 1907 con la constitución de las primeras empresas de tejidos, tales como hilados y tejidos El Hato, Tejidos Bello y Tejidos Hernández y Compañía. Para el año de 1956 nacieron las empresas que confeccionaban productos terminados, la más representativa fue Leonisa, que para los años 60 se enfoca en el desarrollo tecnológico, invirtiendo en infraestructura y equipos, aumentando su calidad y productividad, para ser más competitivos en las nuevas necesidades del mercado mundial (Sectorial, 2011).

En 1987 se da la creación del instituto para la exportación y la moda Inexmoda, organización fundada con el fin de generar soluciones a las compañías como base para su internacionalización. En 1989 nacen Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, quienes se convirtieron en las principales ferias de la región, las cuales abrieron la posibilidad del desarrollo de negocios e intercambios comerciales en el sector, es así que para la década de los 80, Colombia ya era un referente de la moda nivel mundial, volviéndose atractivo para grandes marcas como Carolina

Herrera, Badgley Mischka y Agatha Ruíz de la Prada, esto gracias a los diseños poco tradicionales pero atractivos para el mercado internacional y el incremento en la calidad de confección y aumento de producción, de esta manera y gracias al continuo crecimiento se dio un enfoque nuevo a la educación, incluyendo en los pensum el diseño de moda (Sectorial, 2011)

A partir de los años 90 la industria se ha enfocado en la búsqueda de la competitividad y diversificación de mercados teniendo como iniciativas el proyecto de competitividad de César Gaviria, (1990-1994), el soporte a la competitividad de Andrés Pastrana, (1998-2002), y la promoción y diversificación de exportaciones de Álvaro Uribe, (2002-2010). Los principales resultados de estos proyectos son los tratados de libre comercio establecidos, de los cuales se destacan, Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), Chile, Estados Unidos, Canadá, Unión Europea, Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador y Perú) (Sectorial, 2011).

La industria textil en Colombia es uno de los sectores más importantes que tiene el país, ya que cuenta con una gran influencia económica y generando más de 1'500.000 empleos, asegura Guillermo Criado presidente de la Cámara Colombiana de confecciones. (Cantini, 2018) Colombia es reconocida por su mano de obra, calidad en sus telas, por sus diseñadores y por tener los mejores actores en las exportaciones, sin embargo, es necesario realizar algunos ajustes en la infraestructura de esta industria, cabe resaltar que de este sector dependen la gran mayoría de familias en Colombia, para 2017 el sector textil participó con el 6% del PIB en la industria y se estima que la producción de confecciones proporciona cerca del 70% del empleo de la cadena. (Cantini, 2018)

Colombia es uno de los países más destacados de Latinoamérica después de Brasil y México, ya que según informes del DANE entre enero y noviembre del 2018 las exportaciones tuvieron un aumento significativo del 7,3% en el segmento de las confecciones y del 7% en el textil (Portafolio, 2019), esto se debe a su industria textil en el país, y como ya se había mencionado anteriormente, es a causa de la calidad de sus productos, esta industria aproximadamente produce al año 800 millones de metros cuadrados de tejidos de algodón, poliéster, nylon, viscosa, y lana, así como también tejidos de sarga, de satín, de popelina, y de mezclas de poliéster. Adicionalmente la industria Colombiana se enfoca a la manufactura y confección de prendas de vestir para uso local y para la exportación (Textiles Panamericanos, 2019), adicionalmente es caracterizada por ofrecer variedad de productos que hoy se producen y exportan como lo son los jeans, ropa interior femenina y masculina, fajas, ropa formal, suéteres, vestidos de baño femeninos y masculinos, calcetería, ropa de bebe /infantil, ropa deportiva, uniformes, ropa casual, calzado, etc. (ProColombia, 2017).

Esta industria cuenta con entidades de apoyo como el Clúster Textil y Confección, el cual inició en el año 2008 y desarrolla su iniciativa clúster en Antioquia, esta entidad tiene como propósito aumentar la participación en el mercado nacional e internacional, la Cámara sectorial de la ANDI la cual se constituyó en el año 2000, tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa, Inexmoda la cual nace en 1897 contribuye al constante crecimiento, fortalecimiento, posicionamiento y liderazgo en el mercado de los actores del Sistema Moda, ProColombia que nace en 1992, la cual tiene por objetivo promover las exportaciones en los mercados internacionales, PTP (Programa de Transformación Productiva) nace en el año 2008 y tiene por objetivo elevar el nivel productivo y competitivo del sector, entre otros (ProColombia, 2017).

Los departamentos en Colombia donde más se concentra la cadena productiva de la industria textil son los siguientes:

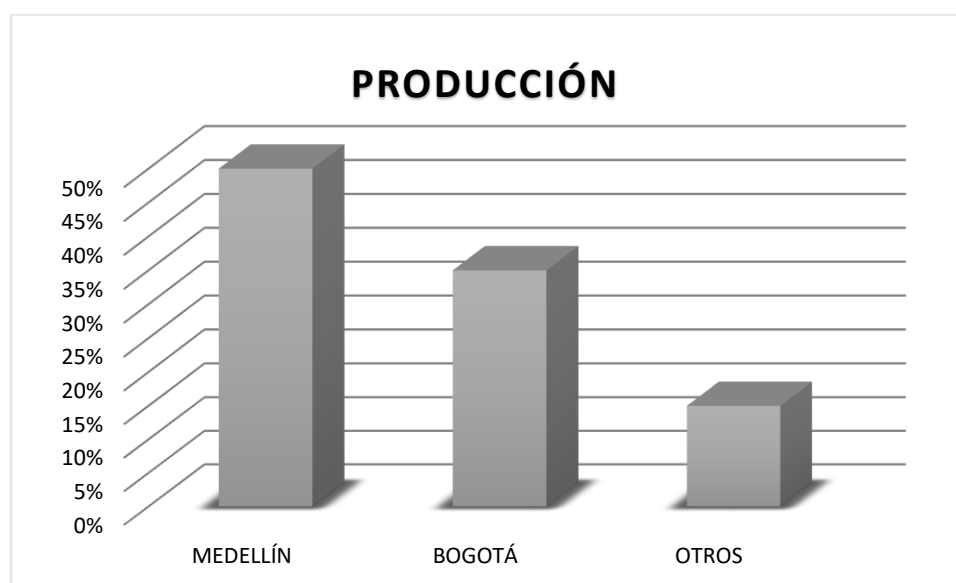


Figura 1. producción textil. Giraldo (2020)

Como se evidencia en la figura Medellín es la ciudad con más potencial de producción de la industria textil Colombiana, la cual representa el 50% de la producción textil, fibra y confección, en segundo lugar, se encuentra la ciudad de Bogotá la cual representa un 35% de producción y ya por último está el 15% que se divide en otros departamentos del país (Textiles Panamericanos, 2019).

Uno de los principales destinos de productos textiles nacionales es Estados Unidos con una participación del 36%, cifra que lo posiciona como el principal socio comercial de textil y

confecciones, con 276 millones de dólares exportados para el 2016, en segundo lugar esta Ecuador quien compro a Colombia el 15% de las exportaciones totales, sumando 118 millones de dólares, en tercer lugar se encuentra México y Perú quienes compraron 87 y 58 millones de dólares, representado un 18% del total de las exportaciones (FashionnetWork, 2017).

Para el 2016 el DANE reportó una caída en el sector textil del 19%, generando un desempleo del 5.3% y 8.8%, siendo uno de los sectores que más contribuyó la caída generada de las manufacturas, caída que se ha venido registrando hasta la actualidad, para 2018 los ingresos de las empresas textiles tuvieron una desplome del 9.55% en sus ingresos frente al 2017, quienes atribuyen su baja a la disminución de exportaciones y la poca venta a sus clientes tradicionales, debido a que los países asiáticos y africanos aumentaron las importaciones en prendas de vestir y textiles teniendo un crecimiento del 22% entre 2017 y 2018 por lo cual ha venido decreciendo la manufactura y confección en Colombia y creciendo la importación, debido a esta problemática el gobierno optó por tomar medidas arancelarias, las cuales se basan en la instauración del arancel en un 37.9% para las importaciones con un valor inferior a US\$20 el kilo (Dinero.com, 2017).



Figura 2. Déficit Comercial. ANDI con datos de la DIAN (2019).

Como se evidencia en la figura 2 las importaciones frente a las exportaciones de textiles cada vez es más alta y así mismo el déficit comercial ha ido aumentando, lo que ha creado grandes preocupaciones para el sector textil Colombiano, en el 2010 se tenía un déficit del 33% y para el 2018 se duplica con un 68% como se puede ver en la figura 3, lo que obliga al sector a empezar a generar estrategias comerciales con el fin de proteger su industria, Criado (2019) asegura que

Colombia cuenta con muchas oportunidades para hacer mejores actores en las exportaciones, para generar nuevos empleos y asegurar la competencia es el mejor estímulo para la prosperidad.

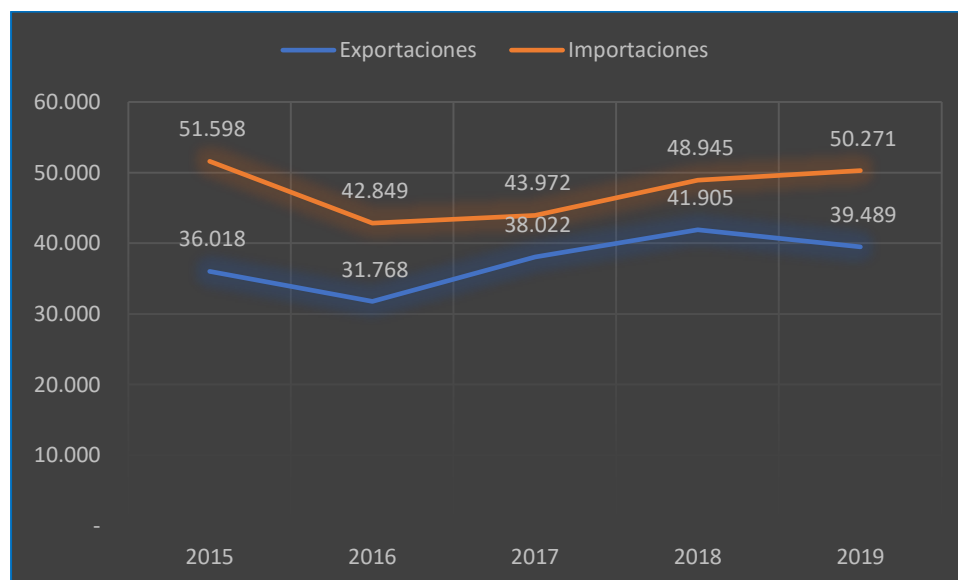


Figura 3. Balanza comercial de textiles. DANE (2020)

Como se evidencia en la figura 3 y según el (Dane, 2020) en Colombia se hacen más importaciones que exportaciones, reportando para el 2019 exportaciones por un valor de 39.489 millones de dólares lo que significa un 120% menos de lo que se importó, debido a los altos costos de producción y energía en los que debe incurrir los empresarios, de igual manera el precario estado de las vías primarias y terciarias las cuales dificultan un transporte competitivo frente a la competencia y la falta de desarrollo tecnológico ha hecho que sea señalado como una industria subdesarrollada. El Viceministro de Desarrollo empresarial, Saúl Pineda afirma que las importaciones de productos que llegan a un costo asombrosamente bajos provienen de un 82,7% de países como China y Bangladesh, para lo cual plantean medidas antidumping (medida de defensa comercial) (Valora Analitik, 2019).

Según informe suministrado por el Centro Virtual de Negocios (CVN) del total de exportaciones realizadas por Colombia en 2013, el 2% corresponden a textiles y confecciones con ventas de USD novecientos noventa y cinco millones, lo cual represento un 13% menor al valor registrado en 2012, por otra parte las importaciones del sector estuvieron en USD 2.196 millones, el 4% del total importado, lo cual genero una caída del 1% (Cvn, 2014). La CVN también afirma que para enero

y abril del 2014 las exportaciones de textiles y confecciones se registró un valor de 268 millones de dólares y las exportaciones 716.562 millones de dólares. (Cvn, 2014).

En el sector de textiles se sigue registrando una disminución, ya que para el 2013 la caída fue del 17% en relación con el 2012. Los principales destinos de los textiles colombianos son Ecuador con un 33%, Venezuela con un 14% y México con un 11%, sin embargo se debe resaltar el crecimiento que ha tenido las exportaciones de textiles hacia Bolivia que corresponde a un 178%, a pesar de ocupar el noveno lugar en el ranking de los países a donde llegan los textiles colombianos (Cvn, 2014).

Respecto a las importaciones se registró un valor de 1.369 millones de dólares en el 2013, estando los hilados de filamentos sintéticos sin acondicionar para la venta al por menor los que más ingresan al territorio nacional. Seguido de los tejidos de hilados de filamentos sintéticos, con una participación del 9% y los hilados de algodón con un contenido de algodón mayor o igual al 85% en peso con el 9%. Para el 2014 las importaciones originarias de China fueron creciendo en un 7%, ubicando al país asiático como el principal proveedor para Colombia en textiles. El segundo país desde donde provienen estos productos es Estados Unidos, al registrar un valor de USD 184 millones y un crecimiento del 19% (Cvn, 2014).

Es importante resaltar las afectaciones que ha tenido el sector textil Colombiano por los bajos costos de los productos que provienen de Asia, ya que estos productos llegan a precios muy económicos, los cuales pueden llegar a estar cuatro veces por debajo del costo del producto Colombiano, contra lo que es casi imposible competir, en un contexto local podemos observar la afectación que se ha evidenciado en Bogotá, la cual se ha enfrentado a ingresos masivos de mercancía textil importada desde China, con un 59% de participación en el mercado de la ciudad, por ende al tener un costo menor que al nacional la venta de estos productos se ha posicionado como una venta desleal.

Para el 2014 en Colombia solo habían constituidas 20 empresas de origen chino, cifra que para el 2017 y 2018 tuvo un incremento, registrando 80 empresas establecidas, incrementando las importaciones Chinas en un 20.4%, posicionando a China como el segundo mayor proveedor para Colombia con un registro de 8.58 millones de dólares, en los productos más importados tenemos textiles y ropa, y tecnología (Sicex, 2019).

Análisis de las ventajas que posee China para ingresar a los mercados y podrían ser adoptados por Colombia.

Después de años de desarrollo, la industria textil y de la confección china ha formado una cadena industrial que cubre eslabones como materias primas, textiles, impresión, tejido y confección a una escala relativamente grande, con capacidad de producción avanzada, capacidad de suministro, alto nivel de servicio e infraestructuras sólidas (ZhijieGuan, 2009). Sin embargo, el desarrollo de dicha infraestructura no es fortuito, sino que responden al desarrollo de toda una estrategia gubernamental.

Por tal motivo, al estudiar el desarrollo de la industria textil china, es claro que ésta no habría alcanzado las dimensiones que tiene de no haber sido por la intervención del gobierno. En este sentido, el punto de partida fue el programa de las 4 modernizaciones desarrollado a partir de 1978, lo que le permitió crecer al sector a tasas del 14% entre esta fecha y el año 2000, cumpliendo el objetivo de conquistar el mercado exportador. Ya en el siglo XXI, la estrategia se ha enfocado en consolidar el sector y generarle valor agregado. Por lo que dentro de los factores que han contribuido a mejorar la competitividad y posicionamiento de la industria textil china se encuentran (Zhang, Kong y Ramu, 2015):

- A partir del año 2000 se permitió la inversión extranjera directa en este sector, por lo que la participación de empresas extranjeras, aumentó al 38%. Eso permitió que se generaran maquilas a través de las cuales se producen prendas de marcas internacionales.
- Aumentaron las empresas privadas en el sector, por supuesto, en este punto hay que tener en cuenta que China es un régimen comunista, pero este factor ha contribuido al fortalecimiento de las pymes en capacidad de desarrollar actividades distintas a la maquila.
- La mano de obra es barata, aunque los sueldos han ido aumentando y ya son superiores a los que se pagan en Bangladés y Birmania.
- Se ha relocalizado la industria, lo cual se ha hecho en dos sentidos: o se ha acercado a las zonas costeras para aprovechar la logística y las cadenas de abastecimiento o se ha impulsado su desarrollo en las regiones productoras de algodón, lana u otras para mejorar el acceso a materias primas.
- Se apoya, a través de importaciones o generación de cadenas de valor, en la producción textil de países vecinos con costos de producción más bajos como Camboya, Bangladés y Birmania.

- En el caso de las empresas estatales, el gobierno ha patrocinado la capacitación de mano de obra en el extranjero, de igual modo, ha desarrollado investigaciones con institutos internacionales, para optimizar la producción.
- La industria textil china se ha visto favorecida por el ingreso desde 2004 de China a la ASEAN (Asociación de Naciones del Sureste Asiático) ya que cuentan ampliaron sus mercados aprovechando los beneficios arancelarios (Zhang, Kong y Ramu, 2015).

Pero además de lo anteriormente mencionado, Brubaker (2018) señala que la industria textil china se ha enfocado en generar diseños y marcas propias en su esfuerzo de generar valor agregado a su producción, alejándose del modelo de maquila e intentando crear clústeres en las regiones con mayor potencial. Así mismo ha impulsado el desarrollo tecnológico en busca de generar una industria sostenible y más amigable con el medio ambiente a través de la disminución del consumo de agua y energía, contaminando menos y reciclando textiles.

Como se puede apreciar, las políticas gubernamentales y el desarrollo de la infraestructura industrial relacionada han sido determinantes para generar competitividad en el sector textil e industrias de la confección (ZhijieGuan, 2009). La cadena industrial es de gran importancia para la industria textil y de la confección. Países como India y Pakistán que son directos competidores de China, no tienen una cadena industrial completa.

Como se puede apreciar, las oportunidades que brinda el gobierno juegan un papel demasiado importante para el desarrollo de la industria textil y confección de China. Por lo cual, la apertura de la política China ha traído grandes oportunidades para su industria, el sector textil comenzó a ejercer los elementos de ventaja competitiva, ocupando una posición importante en la competencia internacional y convirtiéndose en la industria pilar del desarrollo económico nacional (ZhijieGuan, 2009).

El mundo encuentra a China como uno de los mercados más atractivos para realizar importaciones debido a él gran crecimiento económico que ha tenido, con un incremento del PIB per cápita del 64% en los últimos 10 años, pasando de 6.250 dólares en 2008 a 9.770 en 2018, junto con la gran demanda de servicios, una de las grandes ventajas que posee es la variedad de precios y calidad la cual se divide en 3 grupos, uno de ellos se basa en un mercado que tiene un valor por debajo de la competencia, cuya calidad no es la más óptima, pero es la más exequible para la mayoría de la población, en segundo lugar tienen un mercado de clase media con mayor valor

agregado y una calidad más alta, por ultimo un mercado con productos Premium que tienen un alto costo de ingreso y una excelente calidad (Mastercardbiz 2016).

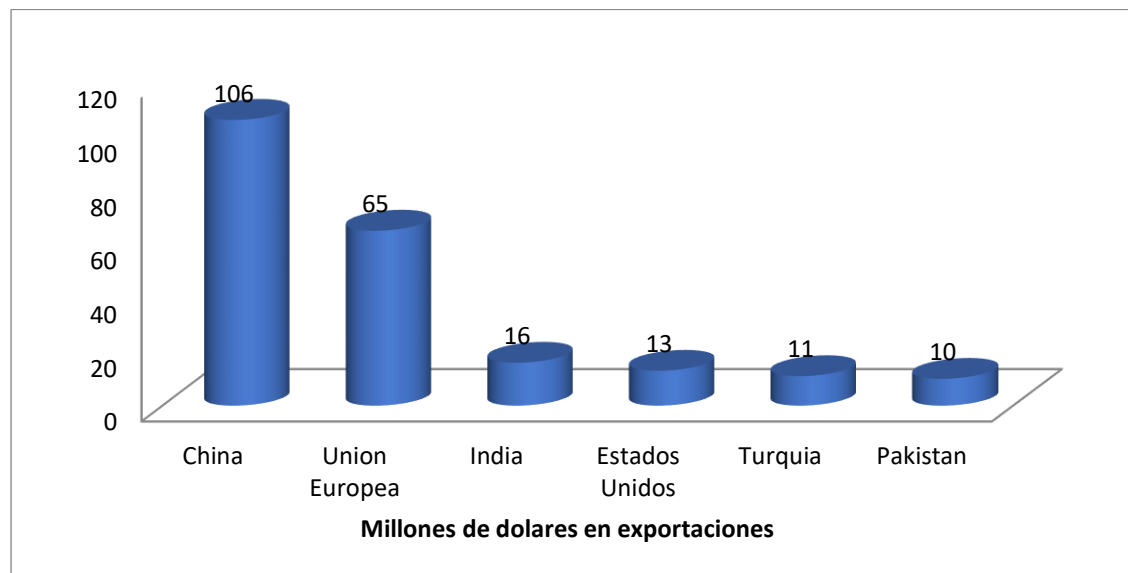


Figura 4. Principales Países Exportadores de textiles. (Opportimes, 2017).

En la figura 4 se puede observar que China es uno de los principales exportadores de textiles para el 2017, manteniéndose en esta posición desde el 2003 ocupando el 37% de las ventas externas a nivel mundial con una venta de 106.000 millones de dólares anuales, según datos registrados por la OMC, el mayor destino de las exportaciones chinas son países como Estados Unidos, La Unión Europea y Hong Kong, cuyo valor sumado equivalen al 70% de las ventas foráneas totales. (Opportimes, 2017).

Emilian Duch, líder en sector competitivo del Banco Mundial, asegura que China ha roto el modelo de desarrollo económico y también interpreta que la nación, guía las exportaciones textiles desde la época de los 80, ventaja que ha impedido que el resto de las economías compitan en este sector, debido a que China ha establecido una producción a muy bajo costo, lo cual dificulta el ingreso de nuevos países a competir si no poseen con precios muy bajos. (Portafolio, 2014). Los primeros diez grandes grupos de la industria textil en China, son empresas que acumulan más de veinte años de trayectoria, ya que cuentan con una fuerza de tejido industrial en el país y así mismo quiere llegar a la distribución (Modaes.es, 2014).

Tabla 1.

Tabla de las grandes Textileras chinas

Grupo	Fundado
Youngor Group	1979
Hongdou (HoDo) Group	1957
Heilan Group	1988
Shanshan Investment Holding	1992
Bosideng International Holdings Limited	1795
Jiangsu Sunshine Group	1992
Shandong Ruyi Group	1961
Anta Group	1972
Qingdao Jifa Group	1955
Xinlang-Sinoer Group	1992

Nota. Tabla construida con información de Modaes (2014).

Youngor Group se fundó en 1979, empresa pública de textiles, la cual posee una red de cien oficinas, más de cuatrocientas tiendas y cerca de dos mil lugar de comercialización en China. Desde 2010, Youngor Group desarrolla y ejecuta en China cinco marcas, de las cuales cuatro son propias (Mayor, Youngor, Gy y Hemp Family) y una se encuentra en licencia, la estadounidense Hart Schaffner Marx. La empresa, contribuye en el índice de Shanghai, inicio con un pequeño taller de confección en el distrito de Yinxian, lo que lo ha llevado a transformarse en uno de los más grandes del país, con una estructura vertical que le ayuda a controlar toda la cadena de suministro, y una estrategia orientada al desarrollo de sus propias marcas y su red de distribución, (Modaes.es, 2014).

Hongdou (HoDo) Group constituida en 1957, es una de las principales empresas de la provincia de Jiangsu, es una de las principales empresas que son patrocinadas para reformar el concejo de estado, esta compañía no solo está enfocada en el sector textil, si no en el sector farmacéutico, inmobiliario y de motores. Esta industria a partir del 2001 contribuye en la bolsa de Shanghai, contando con una docena de filiales y 85 plantas de producción, cuenta con dos oficinas en New York y un parque industrial en Camboya. (Modaes.es, 2014).

Heilan Group se fundó en 1988, su principal foco es el sector lanero, inicia desde la elaboración de hilo de lana hasta la producción de trajes finales, tiene sede en Jiangyin, cuenta con un estimado de diez mil empleados y una capacidad de producción anual de dos millones de trajes y quince millones de metros de tejido de lana peinada, el grupo exporta tan solo un estimado del 10% de su producción, a pesar de tener oficinas comerciales en New York, París, Milán, Osaka (Japón) y Hong Kong (Modaes.es, 2014).

Shanshan Investment Holding fue fundada en 1992, tiene su estribo principal en la industria del textil y la confección, aunque a medida que ha pasado el tiempo ha ido ampliando su campo hacia otros segmentos, como lo es el desarrollo tecnológico, la biotecnología, el comercio y la metalurgia. Tiene sede en Shanghai, la empresa tiene una experiencia de más de veinte años en el campo de la moda y fue una de las primeras en el país en desarrollar su propia marca (Modaes.es, 2014).

Bosideng International Holdings Limited fundada en 1795, ha enfocado su fuerza comercial en el progreso de sus propias marcas, La compañía, tiene una aproximado de 13.000 tiendas de venta en China, el grupo, cotiza en Hong Kong, coloca sus esfuerzos cada vez más en diferenciar su actividad dirigida al desarrollo de sus propias enseñanzas de la producción para terceros. El Grupo ofrece una amplia gama de prendas de vestir, destinada a diversos segmentos de consumidores para fortalecer y ampliar su posición líder en la República Popular China por la confección (Modaes.es, 2014).

Jiangsu Sunshine Group fue fundada en 1992, es uno de los más grandes en la industria textil y confección, la cual se desempeña con una disposición vertical e integrada, a pesar de que tiene también capital en los sectores inmobiliarios, energético y farmacéutico. La empresa tiene a su disposición plantilla de 5.800 trabajadores, los cuales están capacitados producción de tejidos y prendas de lana. La compañía cuenta con hasta 35 millones de tejido al año como capacidad para producción (Modaes.es, 2014).

Shandong Ruyi Group fue fundada en 1961, el grupo tiene su actividad enfocada en el textil y la confección, cuenta con una producción en tejidos de lana, prendas, hilos y tejidos de algodón, fibra elástica, acabados, denim y género de punto. Para finales del año 2013, Shandong Ruyi Group se hizo con el 52% del capital de uno de los más grandes tejedores pakistaníes (Medina, María Alejandra, 2017). En el año 2017, Shandong Ruyi ha engordado su cartera mediante la adquisición de varias compañías de moda europeas (Modaes.es, 2014).

Anta Group fue fundada en 1972, se ha capacitado en el sector deportivo. La empresa, de titularidad pública, diseña, produce y distribuye prendas, calzado y accesorios deportivos. La compañía ha creado su propia fuente de distribución en establecimientos multimarca en China, el sudeste asiático, Oriente Medio y Europa por medio de agentes distribuidores, para el año 2013 la empresa obtuvo 7.281,3 millones de yuanes en facturación (862,7 millones de euros). Contribuye en Hong Kong y realizó en 2010 con la licencia de Fila para el mercado chino. (Modaes.es, 2014).

Qingdao Jifa Group inicio en 1955, la compañía tiene una de las más altas trayectorias en el sector de la industria textil China, se ha capacitado en el campo del género de punto y, en concreto, en el desarrollo de prendas deportivas, de íntimo y ropa para el hogar, sus exportaciones llegan a más de veinte países, como lo es Japón, Estados Unidos o la Unión Europea, entre otros, la compañía brinda empleo aproximadamente 5.000 trabajadores, adicionalmente tiene una capacidad de producción de 100 millones de piezas al año (Modaes.es, 2014).

Xinlang-Singer Group inicio en 1992, sus sedes están ubicadas en la localidad de Zhucheng e invierte en el índice de Shenzhen, tiene dos parques industriales los cuales aproximadamente suman dos millones de metros cuadrado de superficie y cuenta con 12.000 empleados. El grupo ha competido por el desarrollo de su propia marca de moda para hombre Chinour, la cual ha empezado a abrir su mercado en Alemania, Italia, España, Suecia y Japón. Su objetivo es posicionarse en los mercados con más alta gama, con un precio de 5.000 yuanes (unos 600 euros) el traje (Modaes.es, 2014).

El segundo lugar de las más grandes economías del mundo lo ocupa China, por sus exportaciones y sus reservas de divisas en el mundo, China ha logrado mantener sus exportaciones debido al desarrollo tecnológico que ha venido adoptando a través de los años, lo cual lo vuelve un país altamente productivo y lo deja en ventaja sobre países que aún no cuentan con un avance tecnológico suficientemente desarrollado. Para el 2009 se interrumpió su crecimiento a raíz de la recesión global que hubo en ese año, la cual bajo sus cifras y dejó que los límites de estrategias para el crecimiento de las exportaciones quedaran al descubierto, Sin embargo, China aun cuenta con uno de los PIB con un rápido y continuo crecimiento en el mundo con aproximadamente un 40.5% en los últimos años, para el año 2018 la economía creció un 6.6%. Tuvo una demanda externa resistente y un consumo doméstico vigoroso que promovieron este crecimiento, a pesar del constante riesgo financiero, en medio de una reconstrucción económica guiada por el gobierno comunista (Asian-link.com, 2019).

El país continúa enfrentándose a grandes retos como lo son la población longeva y que la fuerza de trabajo cada vez sea más baja, falta de expansión de su sistema político e inconvenientes de competitividad en una economía dependiente de un elevado gasto de capital y el aumento de crédito. Persiste una gran brecha entre el nivel de vida de la población y el campo, entre las zonas urbanas de la costa China y al interior y el occidente del país, como lo es también entre las clases medias urbanas y los que no han podido verse beneficiados del crecimiento de los últimos tiempos. El desequilibrio entre las clases sociales cada vez es más preocupante para las autoridades e inversionistas chinos. El desempleo en China se ha mantenido en el 4% caso contrario a la pobreza la cual ha tenido una notoria disminución. Para el 2019 y 2020 se espera que esta cifra permanezca sin grandes cambios. Teniendo en cuenta lo que dice el Ministro de Recursos Humanos y el Seguridad Social Yin Weimin, la disminución de la tasa de desempleo se debe gracias a la innovación de la economía digital y el emprendimiento (Asian-link.com, 2019).

A pesar de las estrictas políticas que maneja China están abiertos al comercio exterior, gracias al superávit comercial en el último año, China se ha vuelto el mayor exportador mundial, ya que representó el 38,2% del PIB en el 2018 (Bbc, 2018). China es actualmente uno de los principales manufactureros de ropa barata como camisetas de algodón (Bbc, 2018). China ha concentrado el 53 % de la inversión global en hilado de fibra corta y el 65 % de la inversión relacionada con herramientas de tejido. Una modernización del equipo que se explica con la explosión de las exportaciones chinas de ropa textil, aumentando la participación del mercado chino del 10 al 38 % entre 2000 y 2018 (Ccb, 2017).

Identificación de estrategias que permitan el mejoramiento de la industria textil colombiana.

En esta última parte se identificarán algunas de las estrategias que se deberían implementar en el sector textil y confección de Colombia, para mejorar sus exportaciones y competitividad. Se realiza una matriz DOFA la cual permite identificar de manera más clara y concisa aquellos factores que pueden ser fortalecidos, también se generara el análisis de lo antes mencionado bajo la teoría de Klaus. A continuación, encontrarán las estrategias planteadas para cada una de las problemáticas y/o debilidades.

Matriz DOFA. Con el fin de recopilar información mencionadas en secciones anteriores y tener claro los aspectos positivos y negativos que se presentan actualmente en el sector textil y confección, y que afectan la producción a grandes rasgos se mostraran las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas en la siguiente matriz.



Figura 5. Análisis DOFA de implementación de diversas calidades. Autoría propia.

Debilidades: En el sector Textil y Confección Colombiano se evidencian poca experiencia en la ejecución e implementación de diversas calidades en el material utilizados para la fabricación y distribución de los productos ofrecidos al consumidor, e una de las razones por las cuales el costo del producto tiene variación.

Oportunidades: El sector Textil y Confección Colombiano al abastecer el mercado interno colombiano puede contar con beneficios de distribución del producto final sin costo adicional de importación, ya que cuenta con una amplia gama de variedad en productos y cuenta con un alto reconocimiento a nivel internacional.

Fortalezas: El sector Textil y Confección Colombiano posee mano de obra calificada, asequible y de calidad, también cuenta con alianzas comerciales en el exterior debido en gran parte por sus acuerdos internacionales y/o TLC, lo cual le genera al sector una gran ventaja para la distribución y la llegada a nuevos mercados.

Amenazas: El sector Textil y Confección Colombiano actualmente tiene una gran amenaza, que como ya se ha mencionado en el desarrollo del trabajo, son los productos provenientes de China a precios exageradamente bajos, adicionalmente falta de tecnología de punta que utiliza la competencia y que como se ha logrado evidenciar en la investigación, es uno de los factores que más golpea el sector Textil Colombiano.

De esta forma, al tener claro el diagnóstico del sector en Colombia y habiendo explicado los factores de competitividad de la industria textil china, a continuación, se procede a proponer estrategias desde el nivel micro, meso y macro para su mejora.

Nivel meta.

Después de haber desarrollado el estudio de los factores de competitividad de la industria textil china, es claro que su avance no se hubiera producido de no haber sido por la visión del estado en querer convertir a este sector en uno de gran relevancia para el país. El hecho que sus políticas de fortalecimiento se vienen desarrollando desde 1978 son un indicador de que se requiere visión estatal y de largo plazo. Por lo que la primera estrategia para este sector en Colombia, parte de la necesidad que los programas que se generen para su fortalecimiento no se limiten a los 4 años de cada gobierno.

Si bien, el hecho de que China es un país comunista y que por tal razón Colombia no puede replicar estrategias como mantener los salarios bajos o mantener la propiedad de algunas empresas bajo el control del estado. Si puede buscar la forma de generar políticas a largo plazo, a través de las cuales se favorezca la generación de cadenas de abastecimiento óptimas, mediante la conservación y generación de infraestructura, que garantice la circulación de materia prima desde departamentos como Tolima, Huila y Valle, hacia los principales centros de la industria textil como lo son Antioquia y Bogotá, a su vez que se garantice, que la mercancía allí producida, puede transportarse a bajos costos fuera del país. O podría replicarse de manera exacta el ejemplo chino, buscando desarrollar la industria textil en ciudades más próximas a los puertos y cercanas al acceso de materia prima, siendo así el Valle del Cauca el destino ideal, sin embargo, es necesario tener presente que esta sí sería una estrategia a muy largo plazo.

Por último, teniendo en cuenta que Colombia viene firmando una serie de tratados de libre comercio con diferentes países, es necesario identificar, cuales de ellos pueden ser mercados potenciales y cuáles pueden ser proveedores de materias primas o tecnologías que favorezcan la industria textil. Es necesario recordar que China ha aprovechado su ingreso con la ASEAN para ampliar mercados, pero además para apoyarse en los productores vecinos como Camboya. En el caso de la industria nacional, si el país se enfocara en potencializar su muy reconocida calidad y originalidad agregando a las marcas certificaciones verdes (que garantizan un proceso de producción amigable con el medio ambiente) podría ampliar sus mercados en Estados Unidos, Canadá y Europa, regiones en las que cada vez más aumenta el consumo responsable y con los que se tienen acuerdos comerciales.

Nivel micro.

Es importante evidenciar las falencias que existen en cuanto a la gestión administrativa empresarial, la producción e innovación, la integración de cadenas de abastecimiento y el desarrollo conjunto de productores y proveedores nacionales, Con base al desarrollo significativo que ha tenido la industria textil china es importante comenzar por ayudar a los empresarios locales y/o inversionistas extranjeros que inviertan capital en cada una de las empresas textilera, con el fin desarrollar los procesos de forma fácil y sencilla con el objetivo de disminuir los tiempos y costos en la fase de producción.

Por tal razón, a partir del nivel micro se destaca una estrategia administrativa que permite un desarrollo a mediano plazo, la cual, su intención primordial es satisfacer el consumo interno del país, a pesar de las barreras proteccionistas con las que cuenta el sector textil como lo es el decreto 74 de 2013, el cual establece la modificación parcial del arancel de aduanas. Se debe tener en cuenta que actualmente el país importa de China el 70% de los textiles comercializados, de tal manera que si se doblaran los esfuerzos para satisfacer esa demanda local se ganaría un gran nicho de mercado, que permite un crecimiento favorable en el país, y generaría un factor positivo para la competencia internacional al tener una infraestructura más desarrollada.

Vale la pena recordar, que las empresas chinas se han venido enfocando en la generación de valor a partir de la creación de marcas y diseños propios, además de adoptar tecnologías que les permiten ser ambientalmente sostenibles, lo que fácilmente puede ser replicado por las empresas nacionales, quienes además pueden buscar certificar sus productos como ambientalmente amigables y de esta forma tener mejor aceptación en mercados de países desarrollados.

Con el fin de generar estrategias empresariales accediendo a un nivel creciente de competitividad, el Gobierno ha venido trabajando con las 22 empresas más destacadas del sector, dentro de las cuales se encuentran Manufacturas Eliot S.A, Crystal S.A.S, STF GROUP S.A, Comercializadora Arturo Calle S.A.S, en conjunto con pequeñas empresas para dar un valor agregado a la producción y se logre exportar. De igual manera estas empresas se han enfocado en tener tiempos eficientes de producción, entregas a tiempo y calidad, teniendo ventaja y enfoque en la producción de ropa interior, confección de jeans y vestidos de baño (Ccb, 2017) consolidando la estrategia de valor agregado, marcas propias y diseños originales.

Nivel meso.

La competitividad sistémica de Klaus plantea las condiciones del entorno cercano mediante el estudio del nivel meso, el cual estudia la formación de estructuras interconectadas entre distintos sectores que proporcionan un desarrollo local, regional y nacional, puesto que, aunque son procesos distintos, están interconectados para el desarrollo general de infraestructura y permiten el crecimiento de la industria sostenible.

En este sentido, las instituciones gubernamentales responsables del área como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo deben trabajar de manera conjunta con agremiaciones como la Cámara Colombiana de la Confección o los clústeres como el clúster de moda de Bogotá, con el objetivo de desarrollar programas conjuntos por ejemplo en el área de capacitación de la mano de obra, o se pueden generar acuerdos con las distintas universidades del país para el desarrollo de tecnologías limpias que hagan más eficiente la industria, tal y como lo viene desarrollando el gobierno chino.

En este punto es necesario mencionar que José Manuel Restrepo Ministro de Comercio, Industria y Turismo ha venido desarrollando 10 acciones para garantizar un equilibrio en la industria textil, trabajando en el mejoramiento de procesos, para ser más competitivos en precio y calidad, así como lo expone Klaus, es importante que los empresarios se enfoquen en implementar una tecnología de innovación, sin embargo es importante tener en cuenta que el acceso a estas nuevas tecnologías, es un factor altamente costoso, y en muchos de los casos los empresarios no cuentan con la capacidad suficiente para acceder a éstas, por lo que la agencia de emprendimiento del Gobierno Nacional (INNPULSA) están generando diferentes programas para desarrollar la innovación y emprendimiento en el sector textil y otorgando créditos a micro y medianas empresas, lo cual se ha visto reflejado en el aumento de la productividad, el cual a incremento en un 2% entre Junio de 2016 y Junio de 2017 (Ccb, 2017). Sin embargo, vale la pena plantear la posibilidad de iniciar el desarrollo de dichas innovaciones tecnológicas en nuestro país como se mencionó en el párrafo anterior.

Hay que recordar que en Wenzhou, los fabricantes locales desarrollaron actividades de mejora relacionadas con innovación a través del fortalecimiento en la calidad de la producción y la regulación de los derechos de autor, pasando de una competencia de precios o una rivalidad de innovación, centrándose en la una excelente calidad en materiales y en los servicios personalizados. Iniciaron a cultivar cultura por marcas locales mediante la organización de actividades sociales a

nivel mundial, logrando obtener 60 mil clientes leales los cuales representa un 40% del total generado, de igual manera el incremento de una red de cadena de venta directa con el fin de reducir la dependencia de franquicias y una excesiva rotación de productos especializados, con base en la estrategia planteada por los fabricantes de Wenzhou, se puede adoptar un mecanismo de innovación, reconocimiento y mejoramiento en la cadena de ventas, a través de las empresas líderes en el sector, mencionando que las reformas planteadas por el país no son suficientes para ayudar a las empresas a cumplir con los requisitos del mercado. (Zhang, 2015)

Una práctica China que se puede adoptar en Colombia es la implementación de las tres calidades en producción, calidad alta, media y baja, la cual depende del precio por la calidad de material a utilizar, de la industria con la que se elabore el producto final, y la mano de obra calificada, esta práctica tiene como objetivo tener una variedad de opciones para toda clase de mercado y de esta manera poder abastecer todos los clientes que actualmente comercializan productos chinos a costos bajos, práctica que se puede llevar a cabo bajo la integración de redes y cooperación de tecnologías.

A partir de los años 80 cuando Colombia comenzó a ser un referente de la moda internacional, las instituciones educativas comenzaron a incluir programas sobre moda en sus programas académicos, con el fin de crear una relación entre academia e industria y así profesionalizar el sector, sin embargo, en la actualidad no es una de las carreras más optadas, debido al poco fomento por parte de las instituciones educativas y al poco conocimiento que se tiene en esta rama, por lo mencionado es fundamental que tanto el gobierno como las instituciones generen programas donde se contextualice a los jóvenes de los beneficios, oportunidades y ventajas que se pueden desarrollar estudiando carreras como diseño de modas, la cual desarrollaría el personal productivo y profesional en función del progreso y avance social del sector textil.

Conclusiones

El presente trabajo tuvo como propósito determinar estrategias que ayuden a mejorar la competitividad del sector textil colombiano a través de un análisis comparativo con la industria textil china, para el progreso de dicho objetivo el trabajo se desarrolló en tres partes, en la primera parte se realizó un diagnóstico de la industria textil colombiana encontrando que las principales falencias que persisten son el pequeño avance tecnológico en maquinaria, los costos elevados de fabricación, la baja capacidad de producción y el bajo nivel de exportaciones que se realizan en comparación a las importaciones, esto debido al minúsculo costo de comercialización de productos provenientes de china, en la segunda parte se realizó un análisis de la industria textil china con el

propósito de identificar algunos factores que podrían ser adoptados por Colombia, encontrando que las principales estrategias que ellos tienen son la flexibilidad de precios, debido a la variedad de productos y calidades, que por su cultura y nivel de producción logran comercializar a costos muy mínimos, de esta manera podemos evidenciar que es una de las estrategias que podemos adoptar en Colombia mediante la contribución de las pequeñas empresas y comercios informales quienes tienen un porcentaje del mercado actual gracias a sus precios bajos y cobertura local.

Finalmente e identificando las estrategias que podían mejorar la industria textil en Colombia, se encuentra que lo más relevante que se puede plantear es solicitar apoyo por parte de entidades gubernamentales para la generación de políticas a largo plazo, el otorgamiento de créditos y apoyo económico al sector textil, con el fin de adquirir tecnología más desarrollada que permita incrementar la producción o costos bajos, de igual manera generar estrategias financieras, arancelarias y tributarias que en conjunto permitan un crecimiento sostenible de un sector que es uno de los más influyentes en la economía y que es apoyo y fuente de ingresos para una gran parte de las familias Colombianas que han sido vulnerables ante las problemáticas socioculturales.

Referencias

Altamar, O. (1996). *Revista de cepal*. Recuperado de cepal:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12025/059039052_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Asian-link.com. (2019). *sus principales sectores industriales de la industria China* Recuperado.

Recuperado de: <https://asian-links.com/es/empresas-mas-grandes-de-China>

Bbc. (2018). *banco mundial*. Recuperado el 20 de 09 de 2020, de new mundo:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46595825>

Cantini, m. (2018). *Modaes latinoamerica*. Recuperado de: Modaes latinoamerica:

<https://www.modaes.com/back-stage/guillermo-criado-camara-colombia-de-confecciones-la-industria-de-la-moda-puede-ser-igual-que-importante-que-la-cafetera.html#:~:text=Guillermo%20Criado%20es%20el%20presidente,textil%20en%20el%20pa%C3%ADs%20cafetero>

Ccb. (2017). *MinComercio dio a conocer plan para impulsar el sector textil y de confecciones*.

Recuperado el 2020, de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2017/Julio-2017/MinComercio-dio-a-conocer-plan-para-impulsar-el-sector-textil-y-de-confecciones>

- Criado, G. (12 de 03 de 2019). que sucede en el sector textil colombiano. (Z. Franca, Entrevistador) Recuperado el 09 de 09 de 2020
- Cvn. (2014). *Centro Virtual de Negocios*. Recuperado el 20 de 09 de 2020, de Comercio de textiles: <https://www.cvn.com.co/china-se-convierte-en-el-gran-proveedor-de-textiles-para-colombia/>
- Dane. (2011). *boletin de prensa*. bogota: producto interno bruto.
- Dane. (2020). *Exportaciones - Históricos*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de Exportaciones - Históricos: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones/exportaciones-historicos>
- Dinero.com. (2017). *crisis del sector textil y confeccion en colombia*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impres/pais/articulo/crisis-del-sector-textil-y-confeccion-en-colombia-2017/249271>
- Dinero.com. (2017). *Sector textil-confección en jaque, ¿cuál es el futuro?* Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impres/pais/articulo/crisis-del-sector-textil-y-confeccion-en-colombia-2017/249271>
- FashionnetWork. (2017). *Colombia: 4 socios comerciales compran el 50% de su producción textil*. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Colombia-4-socios-comerciales-compran-el-50-de-su-produccion-textil,785410.html>
- Gil, J. R. (2019). *La FM*. Recuperado de: <https://www.lafm.com.co/economia/por-contrabando-de-textiles-colombia-tiene-millonarias-perdidas-al-ano#:~:text=23%20Ene%202019-,Por%20contrabando%20de%20textiles%2C%20Colombia%20tiene%20millonarias%20p%C3%A9rdidas%20al%20a%C3%B1o,que%20m%C3%A1s%20ingresa>
- María Alejandra Medina. (2017). *Industria de la moda aún tiene fe en el 2017*. Recuperado el 01 de 09 de 2020, de El Espectador: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/industria-de-la-moda-aun-tiene-fe-en-el-2017/>
- Modaes.es. (2014). *Los gigantes de la industria textil en china*. Recuperado el 01 de 09 de 2020, de Los gigantes de la industria textil en china: <https://www.modaes.es/entorno/los-gigantes-de-la-industria-textil-en-china.html>

- Opportimes. (2017). *Los 10 mejores Exportadores de textiles del mundo*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://www.opportimes.com/los-10-mayores-exportadores-textiles-del-mundo/>
- Portafolio. (2011). *Textiles y confecciones colombianas tienen mejor panorama*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/textiles-confecciones-colombianas-mejor-panorama-153638>
- Portafolio. (25 de 01 de 2018). *Colombiatex superó expectativas de negocios con US\$356 millones*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/colombiatex-supero-expectativas-de-negocios-513615>
- Portafolio. (2019). *Innovaciones para el sector textil, presentes en Colombiatex*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/innovaciones-para-el-sector-textil-presentes-en-colombiatex-525559>
- ProColombia. (2017). *Portal Oficial de Investigación de Colombia*. Recuperado el 01 de 09 de 2020, de Descripción del Sector: <https://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/zonas-francas-permanentes/124-sectores/manufacturas/textil-y-confeccion/569-descripcion-del-sector.html>.
- Sectorial. (2011). *Textil y Confecciones*. Recuperado el 20 de 08 de 2020, de Historia del Negocio Textil en Colombia: <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50352-historia-del-negocio-textil-en-colombia>
- Sicex. (2019). *Oportunidades para Colombia en las importaciones procedentes de China*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://sicex.com/oportunidades-para-colombia-en-las-importaciones-procedentes-de-china/>
- Significados. (2019). *significados*. Recuperado de: <https://www.significados.com/investigacion-cualitativa/>
- Textiles Panamericanos. (2019). *COLOMBIA: Crece importancia de la industria textil*. Recuperado el 25 de 08 de 2020, de COLOMBIA: Crece importancia de la industria textil: <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2019/09/colombia-crece-importancia-de-la-industria-textil/>
- Tudela, J. B. (2014). *universidad complutense de Madrid*. Recuperado de: [universidad complutense de Madrid: https://eprints.ucm.es/29615/1/T35974.pdf](https://eprints.ucm.es/29615/1/T35974.pdf)

Valora Analitik. (2019). *Crecimiento del sector textil es de 4,8% en 2019; hay más apoyos para empresarios*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de

<https://www.valoraanalitik.com/2019/07/23/crecimiento-del-sector-textil-es-de-4-8-en-2019-hay-mas-apoyos-para-empresarios/>

Zhang, M. (2015). *Universidad de Malaya*. Recuperado de: Universidad de Malaya:

[file:///C:/Users/karol%20carvajal/Downloads/Industria%20textil%20china%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/karol%20carvajal/Downloads/Industria%20textil%20china%20(1).pdf)

ZhijieGuan, Y. (2009). International competitiveness of Chinese textile and clothing industry –

a diamond model approach. *Journal of Chinese Economic and*, 9.