

INTELIGENCIA DE MERCADOS

**COMPONENTE: ESTUDIOS DE MERCADO SECTORIALES, EN LÍNEA CON LA
POLÍTICA PÚBLICA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE MEDELLÍN**

**ESTUDIO DE MERCADO:
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS CORRESPONDIENTES A LOS DEMÁS
ARTÍCULOS TEXTILES, PARA MEDELLÍN**

MEDELLÍN, MAYO DE 2019

ALCALDÍA DE MEDELLÍN

Federico Andrés Gutiérrez Zuluaga
Alcalde de Medellín

Paula Andrea Zapata Galeano
Secretaria de Desarrollo Económico

Verónica Montoya Márquez
Subsecretaria de Creación y Fortalecimiento Empresarial

Sandra Inés Monsalve Muñoz
Líder de Programa Unidad de Ciencia Tecnología e Innovación

Wilder Isaac Mier Corpas
Profesional Universitario

Natalia Andrea Agudelo Arias
Apoyo Técnico

CREAME INCUBADORA DE EMPRESAS

María Lilliana Gallego Yepes
Directora Ejecutiva

Elisa Bustamante Sánchez
Directora Aceleración Empresarial

Catalina Sáenz Campillo
Coordinadora Técnica Transversal

Vanessa Calle Betancur
Gestora de Market Construction

William Germán Zapata Sánchez
Autor

CONTENIDO

A.	PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL CONFECCIÓN EN EL MUNDO	4
	Descripción y Características del Producto	5
B.	COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS CORRESPONDIENTES A LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES	8
	a. Exportaciones Mundiales	8
	b. Importaciones Mundiales	10
C.	PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL CONFECCIÓN EN COLOMBIA.....	12
	a. Comportamiento Reciente Sector Textil – Confecciones en Colombia	13
	b. Estructura Empresarial de Medellín y el Valle de Aburrá para el Rubro de Fabricación de los Demás Artículos Textiles - 2017	14
D.	UNA APROXIMACIÓN A LA CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR COLOMBIANO (FACTORES DE DECISIÓN DE COMPRA).....	20
E.	PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN, UTILIZADOS PARA LA VENTA DE PRODUCTOS DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES	22
F.	NORMATIVIDAD TÉCNICA QUE APLICA AL SECTOR DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE CONFECCIÓN	23
G.	MATRIZ FODA PARA EL SECTOR DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE LA CONFECCIÓN.....	24
H.	FERIAS Y EVENTOS DE INTERÉS PARA EL SUBSECTOR DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE LA CONFECCIÓN DIFERENTES AL VESTUARIO	27
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
	BIBLIOGRAFÍA.....	33

A. PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL CONFECCIÓN EN EL MUNDO

La cadena productiva Textil-Confecciones incluye una amplia gama de productos finales que atienden gustos y preferencias en vestuario (prendas), en artículos para el hogar (lencería) y en bienes utilizados por otras industrias (empaques, fieltros, cordelería, automotriz, entre otras). En el proceso de transformación de esta industria, participan empresas que se encargan de la producción y venta de fibras y otros insumos, empresas textiles que transforman el hilo en telas preparadas y empresas de confección que se dedican a elaborar las prendas y otros productos con destino al consumidor final.

Si bien su parte más característica es la producción de hilados y tejidos para la confección de prendas de vestir y artículos para el hogar (lencería, cortinas, toallas, etc.), la industria textil abarca también la producción de fibras técnicas utilizadas por otras industrias, la agricultura y la construcción, en forma de productos tan diversos como cintas transportadoras, filtros, materiales de aislamiento y de techar, textiles para empaques, cuerdas, redes, fibras para revestimiento, alfombras, etc. (NIETO GALINDO, 2017)

En los últimos treinta años, la globalización económica derivó en la reestructuración mundial de la cadena textil-confección, cuando esta actividad industrial tendió a desplazarse hacia países en donde la mano de obra y materias primas representaban menores costos, con lo cual surgen en el contexto internacional nuevos líderes productores, destacándose China, con el 36,6% de la producción mundial, que en conjunto con otras naciones asiáticas representan más del 60%. En este sentido, los principales países exportadores de confecciones pertenecen al Asia, continente que concentró 66% del valor de las ventas externas de estos productos en 2017. Vale la pena destacar el papel de Europa como proveedor mundial de confecciones. Esta región en su conjunto genera 27,3% del valor de las exportaciones mundiales, preponderancia que se relaciona con la exclusividad de sus diseños, marca registrada que es mundialmente reconocida en el mercado de las confecciones. América Latina y el Caribe por su parte, solo aportan un 2,8% a la producción mundial de las confecciones.¹

Por último, es interesante destacar tres segmentos de tejidos que conforman la demanda presente y futura del sector y que permiten conocer mejor las tendencias del mercado: (Cluster Textil/Confección, Diseño y Moda, 2017)

- **Tejidos técnicos:** son productos de alta tecnología con características y propiedades funcionales específicas. Se desarrollan con fibras complejas y fruto de la investigación y la innovación.
- **Tejidos industriales:** son productos dentro del segmento de tejidos técnicos pero que se diferencian por sus características específicas adaptadas a las necesidades de una industria en concreto. Caracterizados principalmente por su durabilidad, resistencia y desempeño.

¹ Cifras actualizadas con base en información de INTRACEN. <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>

- **Tejidos inteligentes:** son tejidos que integran dispositivos electrónicos que mejoran la funcionabilidad y comodidad en el uso, incrementando las prestaciones al incluir alta tecnología desarrollada para actividades y usos específicos.

Desde hace años, el sector textil colombiano viene trabajando con el objetivo de consolidarse como potencia de la moda a nivel mundial. Para lograr lo anterior, y entonces ocupar un lugar preponderante en el mercado internacional, resultan indispensables el desarrollo y la adaptación de invenciones técnico-científicas. Al respecto, una de las apuestas tecnológicas más prometedoras del sector a nivel mundial se relaciona con los textiles inteligentes, entendidos como aquellos materiales destinados a la confección que, al percibir y reaccionar ante estímulos externos, tienen la capacidad de relacionarse interactivamente con el entorno o el usuario. Actualmente, dicho tipo de textiles se emplea sobre todo en las industrias clínicas, militares, deportivas e inmobiliarias, las cuales se han venido revolucionando en los últimos años. Dado lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, analiza las patentes relacionadas con textiles inteligentes y ha descubierto que constituyen una oportunidad clave para que el sector textil confección y el mundo de la moda en el ámbito nacional contribuya a que el sector sea cada vez más funcional y ecosostenible. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2016)

Descripción y Características del Producto

En el presente estudio, se hará referencia específica al subsector de Los Demás Artículos Textiles; juegos; prendería y trapos, conformado por productos tan variados como ropa de cama (almohadas, sábanas o mantas); ropa para el baño y la cocina (como toallas, cortinas o manteles) y alfombras u otras formas de tapicería para cubrir suelos (estos productos son utilizados en mercados residenciales y no residenciales o institucionales). Este subsector, correspondiente al capítulo 63 del Arancel de Comercio Exterior, está a su vez está integrado por las siguientes diez partidas:

Subsector: Los Demás Artículos Textiles; juegos; prendería y trapos

Código	Descripción del producto
'6301	Mantas de todo tipo de materia textil (exc. manteles y colchas, así como artículos de cama)
'6302	Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil (exc. bayetas)
'6303	Visillos y cortinas; guardamalletas y ropapiés de cama, de todo tipo de materia textil
'6304	Artículos de moblaje de todo tipo de materia textil (exc. mantas, ropa de cama, de mesa)
'6305	Sacos "bolsas" y talegas, para envasar, de todo tipo de materia textil
'6306	Toldos de cualquier clase, tiendas "carpas", velas para embarcaciones, deslizadores o vehículos
'6307	Artículos de materia textil, confeccionados, incl. los patrones para prendas de vestir, n.c.o.p.
'6308	Juegos constituidos por piezas de tejido e hilados, incl. con accesorios, para la confección
'6309	Artículos de prendería consistentes en prendas y complementos "accesorios" de vestir, mantas
'6310	Trapos de todo tipo de materia textil, así como cordeles, cuerdas y cordajes, de materia textil

Fuente: <http://www.intracen.org/>

Los demás Artículos Textiles, también llamados textiles para el hogar, son utilizados por consumidores residenciales y no residenciales en una gran variedad de formas. El consumo residencial incluye el gasto en distintos ambientes del hogar, como cocinas, baños, salones, comedores y dormitorios. El consumo no residencial incluye el uso asociado con alojamientos, hospitales, centros comerciales, industria, salas y oficinas². A continuación, se describen algunos de los principales productos que componen este importante subsector de la industria textil-confección.

- **Sábanas - Ropa de Cama**

Las sábanas se utilizan como ropa de cama, siendo el algodón debido a su suavidad y durabilidad, la tela de uso más corriente para este tipo de productos. Las sábanas de poliéster y microfibra son alternativas posibles al algodón. El conteo de hilos o “threadcount” hace referencias a la cantidad de hilos verticales y horizontales por pulgada cuadrada de tela. En general, un conteo de hilos más alto produce una tela más suave; donde las telas de alta calidad tienen un conteo de hilo de entre 200 a 800 hilos.

- **Edredones**

Los Edredones son ropa de cama que añaden estilo y calidez. Estos textiles están usualmente rellenos de plumas o materiales alternativos tales como el poliéster.

- **Mantas**

Las mantas generalmente están confeccionadas de material acolchado, con tejido de punto. Las mantas tejidas son el estilo más común. Las mantas acolchadas tienen tres capas, frente, revés y centro, que proporcionan calidez y a menudo cuentan con un atractivo decorativo. Los tamaños de manta incluyen tamaños definidos como: “throw”, “twin”, “double”, “queen”, “king” y “California King”. (MINCETUR, PERÚ, 2015)

- **Almohadas**

Las almohadas de cama están comúnmente rellenas, fibras sintéticas, del llamado “memoryfoam” o de plumas. El relleno sintético suele ser más barato que el natural, mientras que el “memoryfoam” suele ser más firme y robusto. Una característica de las ventas de almohadas y cojines es que debido a que es económicamente poco práctico y atractivo el envío de estos productos voluminosos a largas distancias; prima la venta local sobre la exportación.

- **Cojines**

Los cojines están hechos de dos piezas, que son la funda y el relleno. las fundas están hechas de seda, terciopelo, poliéster, gamuza, algodón, felpa, yute o cuero; mientras que los rellenos están hechos de fibras sintéticas, plumas y la espuma.

² El sector de transportes es también un gran demandante, tanto de alfombras como tapetes, las cuales son empleadas en la fabricación vehículos motorizados y otros medios de transporte. Al ser industria, pertenece a la categoría de consumidores no residenciales.

- **Cortinas**

Las cortinas incluyen modelos con patrones, sólidos y funcionales, como térmicos y “blackouts”, así como cenefas y cortinas para ventanas. Las longitudes incluyen cortinas conocidas bajo los términos: soleras, “apron”, “puddle” y al piso. Las cortinas soleras se encuentran en las cocinas y salas de desayuno y son más cortas que otros tipos de cortinas. Las “apron” son más largas que las soleras, pero más cortas que las que van al piso o las “puddle”.

- **Tapetes**

Los tapetes se utilizan en comedores, salas, dormitorios, pasillos, cocinas, halls de entrada, entre otros. Estos se fabrican de diferentes maneras, incluyendo, copetudos, crochet, tejido plano y trenzados.

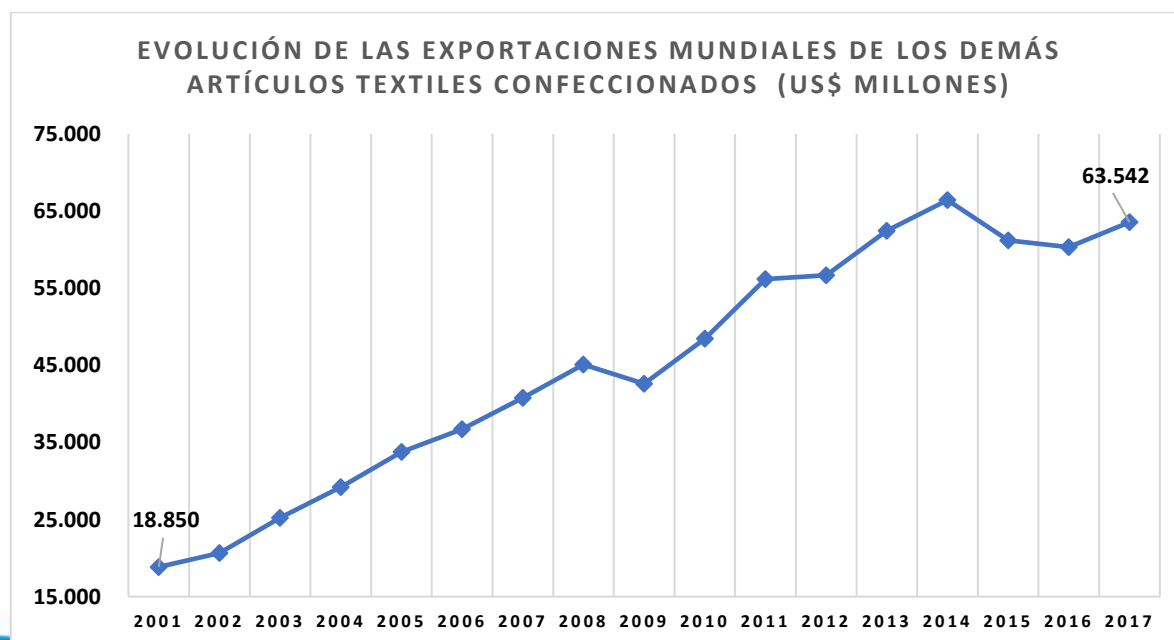
B. COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS CORRESPONDIENTES A LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES

a. Exportaciones Mundiales

El comercio mundial para este tipo de productos pasó de 37.700 millones de dólares en 2001 a sumar 120.700 millones de dólares, lo que significa que se multiplicó por 3,2 veces, lo que da un crecimiento cercano al 7,5% anual promedio. Tres países asiáticos, China, India y Pakistán, dan cuenta del 56% de las exportaciones mundiales de este rubro; donde solo China representa el 40% de este mercado.

Evolución de exportaciones de los demás artículos textiles confeccionados (US\$ miles)						
Exportadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
China	3.700.202	10.336.098	19.744.230	26.928.573	26.358.054	27.848.983
India	1.092.756	2.381.251	2.902.514	4.618.408	4.962.867	5.225.079
Pakistán	-	3.070.757	3.284.531	3.759.721	3.955.808	4.052.212
Alemania	868.067	1.484.120	2.410.886	2.780.317	2.924.317	3.119.389
Estados Unidos de América	987.222	1.215.687	1.650.142	2.182.667	2.138.107	2.172.068
Turquía	1.055.227	1.969.748	1.838.582	1.899.423	2.016.726	2.053.297
Viet Nam	147.296	269.104	814.054	1.370.827	1.417.196	-
Países Bajos	327.393	496.136	782.167	1.021.880	1.217.047	1.485.161
México	737.209	806.597	735.800	1.047.670	1.157.344	1.165.073
Bangladesh	202.944	285.485	686.250	818.596	1.136.727	-
Subtotal	9.118.316	22.314.983	34.849.156	46.428.082	47.284.193	47.121.262
Total exportaciones - Mundo	18.849.902	33.749.941	48.463.797	61.195.903	63.541.513	-

Fuente: Elaboración propia con base en información de INTRACEN, 2018.



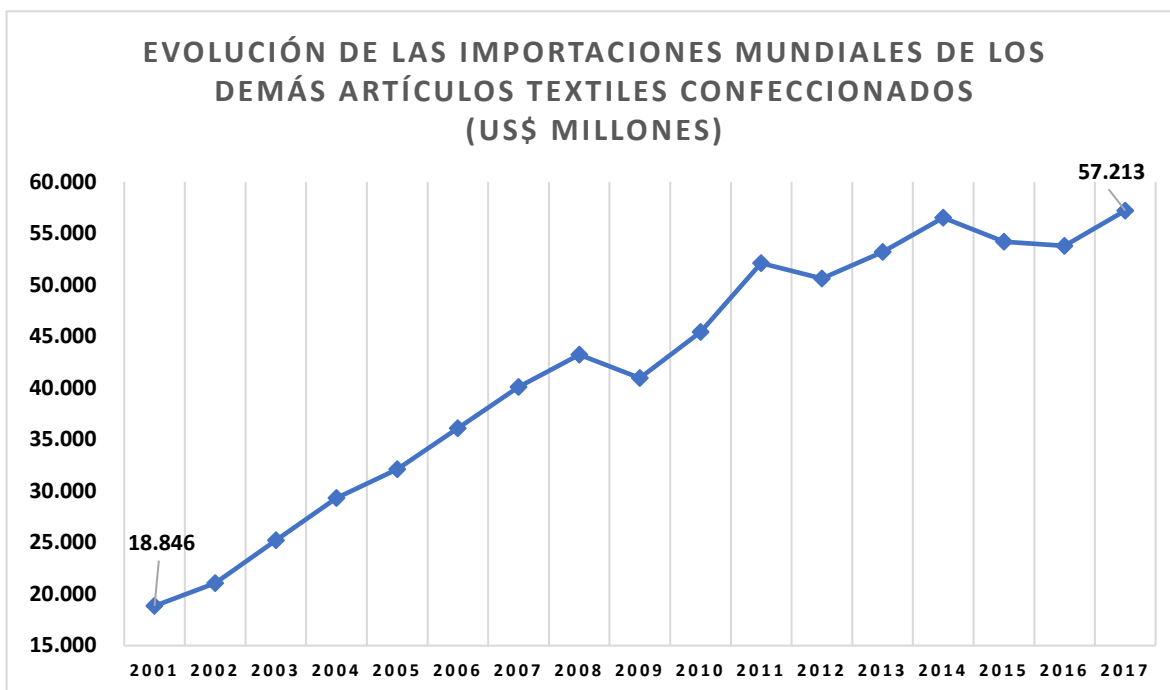
Fuente: Elaboración propia con base en información de INTRACEN, 2018.

En el siguiente cuadro se observa cómo, con excepción de México, se observa que el resto de los países de América Latina (más Canadá), vienen perdiendo participación en este mercado, donde solo representan entre un 3 y un 4% de las exportaciones mundiales. Colombia tuvo su mejor año en ventas externas, en el año 2010 cuando alcanzó exportaciones por 78,5 millones de dólares, mientras que para el año 2017, las ventas solo ascendieron a 40,7 millones de dólares.

Evolución de exportaciones de los demás artículos textiles confeccionados (US\$ miles)						
Exportadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
México	737.209	806.597	735.800	1.047.670	1.157.344	1.165.073
Canadá	252.000	360.012	391.455	198.655	202.691	194.881
Panamá	44	35	166.030	43.434	51.237	38.104
Chile	8.417	33.085	96.997	56.945	46.037	-
Brasil	262.799	405.809	211.575	35.065	44.465	-
Colombia	55.065	62.876	78.586	37.218	40.751	-
Paraguay	1.995	2.529	14.131	34.014	32.263	-
El Salvador	21.057	38.739	48.879	21.917	30.089	-
Guatemala	8.617	27.478	22.871	16.501	20.459	-
Nicaragua	880	271	687	7.265	11.587	-
Perú	4.658	12.011	28.125	1.401	10.897	1.618
Ecuador	16.102	13.492	31.170	5.273	6.406	3.164
Uruguay	1.644	4.702	19.058	3.864	3.436	-
Argentina	9.502	9.790	14.890	6.363	2.299	-
Costa Rica	1.597	4.935	3.628	-	1.565	-
Honduras	1.781	4.191	2.962	1.447	1.449	1.512
Venezuela, Rep. Bolivariana	2.311	1.493	254	16	440	-
Subtotal	1.385.678	1.788.045	1.867.098	1.517.048	1.663.415	1.404.352
Total exportaciones Mundo	18.849.902	33.749.941	48.463.797	61.195.903	63.541.513	-

Fuente: Elaboración propia con base en información de INTRACEN, 2018.

b. Importaciones Mundiales



Fuente: Elaboración propia con base en información de INTRACEN, 2018.

Evolución de importaciones de los demás artículos textiles confeccionados (US\$ miles)						
Importadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
Estados Unidos de América	4.882.563	9.703.184	11.856.454	14.909.880	15.434.838	16.270.367
Alemania	1.657.718	2.561.487	3.887.415	4.052.172	4.343.028	4.638.714
Japón	1.728.806	2.233.083	3.029.069	3.436.773	3.502.630	3.714.898
Francia	1.022.889	1.754.276	2.329.347	2.351.516	2.500.127	2.723.741
Reino Unido	1.225.060	1.968.644	2.368.290	2.554.047	2.413.294	2.465.497
Países Bajos	448.911	738.074	1.093.694	1.558.030	1.813.041	2.013.786
Australia	307.975	591.651	979.867	1.304.503	1.359.180	1.460.680
Canadá	590.414	899.126	1.180.011	1.315.471	1.374.475	1.432.234
España	359.305	850.728	1.096.624	1.212.396	1.369.652	1.411.938
Italia	448.344	873.219	1.167.089	1.156.290	1.282.797	1.319.568
Bélgica	471.161	766.052	1.043.198	1.010.978	1.085.682	1.148.400
Polonia	193.885	316.147	594.560	879.220	1.043.747	1.079.913
Subtotal	13.337.031	23.255.671	30.625.618	35.741.276	37.522.491	39.679.736
Mundo	18.846.287	32.111.287	45.423.315	54.287.889	57.413.427	61.403.374

Fuente: Elaboración propia con base en información de INTRACEN, 2018.

En el cuadro anterior puede verse como a diferencia de los países líderes en cuanto a exportaciones (asiáticos), el panorama de los importadores está dominado principalmente por países de Europa (más USA, Canadá y Japón).

México, Chile y Brasil, dominan en el escenario de las importaciones de América Latina, que nuevamente, tiene una participación muy baja con respecto al volumen de las importaciones mundiales (del orden del 4%). Colombia ocupa una posición intermedia entre los países de la región, con importaciones del orden de los 111,6 millones de dólares, cifra importante si se contrasta con los 40,7 millones de dólares de sus exportaciones para este rubro, lo que deja una balanza comercial deficitaria en cerca de 70 millones de dólares.

Evolución de importaciones de los demás artículos textiles confeccionados (US\$ miles)						
Importadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
México	217.411	244.615	401.395	578.303	644.100	698.502
Chile	70.390	138.803	356.244	443.459	485.611	527.960
Brasil	24.690	32.578	164.296	230.016	205.603	256.969
Perú	15.616	18.059	52.862	109.964	116.580	132.894
Guatemala	29.871	44.615	71.848	131.349	153.499	124.273
Colombia	25.068	49.023	98.078	106.303	99.014	111.580
Argentina	86.119	68.290	119.383	62.640	98.210	99.038
República Dominicana	18.256	51.579	60.185	131.116	138.135	91.200
Honduras	15.186	25.681	57.350	83.750	118.316	79.060
Costa Rica	22.613	22.322	37.899	63.673	80.986	73.628
El Salvador	17.436	48.234	31.011	50.912	63.060	65.554
Uruguay	16.225	16.512	40.489	42.972	44.910	38.957
Nicaragua	8.442	15.229	31.382	53.680	81.949	32.958
Cuba	28.731	41.269	26.865	41.041	36.265	27.472
Jamaica	15.207	21.192	31.947	27.071	34.404	25.222
Ecuador	5.991	17.850	24.211	38.282	16.495	22.444
Paraguay	4.728	7.254	34.920	16.397	20.189	20.336
Venezuela, Rep. Bolivariana	62.862	98.844	78.742	71.591	28.135	14.592
Subtotal	684.842	961.949	1.719.107	2.282.519	2.465.461	2.442.639
Mundo	18.846.287	32.111.287	45.423.315	54.287.889	57.413.427	61.403.374

Fuente: Elaboración propia con base en información de INTRACEN, 2018.



C. PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL CONFECCIÓN EN COLOMBIA

En Colombia La industria textil-confección es una de las más tradicionales. Tiene una historia de más de 100 años, en la cual sobresalen aspectos como la creación de empresas representativas en el ámbito internacional, la existencia de planes gubernamentales para el sector, penetración en diferentes ámbitos académicos, inclusión en programas de transformación productiva y creación de un sector de clase mundial. Algunos hitos en la historia de esta industria son:

1907: se crearon las primeras empresas 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).

1960: nacieron marcas de producto terminado, entre ellas: Leonisa, Caribú, Everfit, Paños Vicuña y Pepalfa.

1977: se creó en Bogotá la Corporación Textilgrupo, como una asociación gremial para representar, orientar y proteger los intereses del sector textil, buscando preservar las buenas prácticas en el mercado.

1980: surgieron los planes económicos y políticos para el sector, encabezados por Belisario Betancur y Virgilio Barco, quienes centraron sus políticas en ingresar al sector en la economía mundial, incrementar los niveles de calidad y la productividad.

1987: se dio la creación del Instituto para la Exportación y la Moda –Inexmoda–, como respuesta ante la necesidad de formar un organismo capaz de generar soluciones para las compañías del sector.

1989: nacieron Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, convirtiéndose en las principales ferias de la región y en las plataformas para el desarrollo de negocios e intercambio comercial de las distintas compañías.

Desde 1990, hasta la actualidad, la historia de la industria textil-confección ha estado marcada por dos hechos fundamentales, que cambiarían su curso durante las siguientes décadas: Por una parte, la llamada apertura económica en Colombia, de los años noventa, liberalizó en gran medida el comercio exterior del país, por lo que la industria nacional se vio expuesta a niveles de competencia nunca antes vistos; por otro lado, la terminación del Acuerdo Multifibras en diciembre de 2004, cambió radicalmente el comercio mundial de textiles y confecciones.³ En los últimos quince años, el país ha venido en la búsqueda de la

³ El Acuerdo Multifibras (AMF) fue establecido en 1974 para regular el comercio global de productos textiles y de confecciones. Bajo el AMF, Canadá, EE UU y la Unión Europea podían establecer límites, llamados cuotas, sobre la cantidad de artículos de indumentaria y textiles hechos en el extranjero que podía entrar en sus países de cualquier otro país productor específico. Desde 1974, se aplicaron cuotas a 73 países en el Sur global, mayoritariamente en Asia. En 1995 entró en vigencia el Acuerdo Sobre los Textiles y el Vestido de la OMC, bajo el cual las cuotas fueron eliminadas en cuatro etapas durante un período de diez años y eliminadas el 31 de diciembre de 2004. El 1 de enero 2005 comenzó una nueva era en el mundo de la industria del vestido, donde los países asiáticos comenzaron su supremacía comercial para esta industria.

mejorar competitividad del sector y en la diversificación de mercados, que le permita contar con un sector textil confección de clase mundial. Hasta el presente, problemas como crisis económicas de sus principales socios comerciales y el contrabando han dado al traste con estos planes.

a. Comportamiento Reciente Sector Textil – Confecciones en Colombia

Luego de un complicado año 2017 para la industria colombiana, los empresarios observaron una leve mejoría para el 2018, no obstante haber sido un año de elecciones presidenciales, en el que se presentó una muy baja inversión privada, por causa de la incertidumbre política que genera en el país un cambio de presidente. Es claro que en mayor o en menor medida, tanto el rubro textil y de confecciones, como los demás sectores productivos del país, vieron afectados de manera significativa, sus estados financieros; pero todos estos resultados solo se conocerán finalizando el primer semestre de 2019.

Posterior a las elecciones presidenciales, en el segundo semestre, la confianza de los empresarios y también la del consumidor comienza paulatinamente a mejorar, con la situación política del país ya definida, volvió a decaer para el cierre del 2018 como resultado de la confusión generada con todo el tema de la Ley de Financiamiento.

Fenómenos como el incremento de los impuestos, la disminución en la capacidad de endeudamiento y en la capacidad de pago de los colombianos, no han permitido un despegue definitivo de la economía nacional, pero comienzan a verse resultados positivos en algunos de los indicadores más representativos (salvo en el mercado laboral que ajusta más de seis meses mostrando un estancamiento en cuanto a la generación de nuevos puestos de trabajo).

Analistas y expertos económicos vaticinan que 2019 va a ser un año de mejor desempeño que el pasado 2018. Se habla de un crecimiento económico de alrededor de 3,3% de PIB que será uno de los mejores en América Latina. En el campo de las exportaciones industriales, durante 2018 se tuvo un repunte cercano al 8%, y del 5% para los productos del sector textil-confección que se espera se mantenga durante 2019.

El tema del contrabando es el gran talón de Aquiles que tiene principalmente el sector textil-confección por lo que se espera que las medidas que viene implementando el gobierno nacional, comiencen a evidenciar resultados positivos en relación con las ventas de los productos nacionales. (Dinero, 2018)

b. Estructura Empresarial de Medellín y el Valle de Aburrá para el Rubro de Fabricación de los Demás Artículos Textiles - 2017

En 2017, en Medellín funcionaban 319 empresas pertenecientes al rubro Confección de los demás Artículos, de las cuales 276 empresas correspondían a microempresas y 33 a pequeñas empresas, mientras que las medianas representaron 7 empresas y finalmente, las grandes, dieron cuenta de 3 empresas. En general el gran núcleo de empresas que componen este subsector en el Departamento está ubicado principalmente en el Valle de Aburrá y el Oriente de Antioquia.

En el cuadro siguiente se muestra la composición del subsector industrial, Fabricación de los demás Artículos Textiles para toda Colombia (compuesta en su gran mayoría por mediana y gran empresa). En el país, es general a todos los sectores, la característica de un tejido empresarial, integrado en su gran mayoría por microempresas, por lo que, a futuro, se hace necesario integrar a las estrategias de fortalecimiento empresarial hoy existentes, algunas de asociatividad que además de permitir mejorar la productividad y la apropiación de la innovación (actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación - CTI) promueva el trabajo asociativo de las empresas y su competitividad.

Ciudad	Total, Ingresos Operac. 2017	Núm. empleados
Itagüí	701.226	2.434
Bogotá D.C.	541.355	2.399
Bello	347.806	2.040
Barranquilla	232.670	245
Medellín	187.909	1.511
La Estrella	176.007	701
Cota	103.308	732
Cali	71.435	774
Soacha	50.849	443
Dos Quebradas	41.513	1.665
Pereira	31.070	63
Sabaneta	27.242	292
Funza	16.016	200
Popayán	15.652	250
Zipaquirá	11.440	109
Copacabana	10.091	40
TOTAL	2.565.589	13.898

Fuente: Bajo Licencia Consultado en EMIS, con base en información de Supersociedades y Cámaras de Comercio de Colombia. Construcción propia.

Principales empresas de Colombia productoras de Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos (Ingresos operacionales en millones de pesos)

NIT	Razón Social	Ciudad	Total, Ingresos Operac. 2017	Núm. empleados
890900285	Compañía de Empaques S.A.	Itagüí	424.161	844
890900308	Fabricato S.A	Bello	347.806	2.040
860002067	Proquinal S.A.	Bogotá D.C.	217.142	807
890100783	Industrias Cannon de Colombia S.A.	Barranquilla	194.147	61
890900259	Coltejer S.A.	Itagüí	177.311	1.151
860015204	Ciplas S.A.S.	Bogotá D.C.	126.861	781
800186656	C.I. Distrihogar S.A.S.	La Estrella	113.362	171
860000794	Industrias Spring S.A.S.	Cota	103.308	732
830018350	Promos Ltda	Bogotá D.C.	73.415	218
805025631	Eka Corporación S.A.	Cali	57.887	694
900708883	Vivell S.A.S.	Medellín	53.182	339
830009573	Colnotex S.A.	Soacha	50.849	443
890930086	Artextil S.A.	Itagüí	44.379	200
900134273	Persianas y Enrollables Safra S.A.S.	Bogotá D.C.	37.728	183
890912508	Carpas IKL S.A.S.	Medellín	31.087	265
900674141	Sutex Internacional S.A.S.	Pereira	31.070	63
890916324	Industrias Genio S.A.S.	Itagüí	28.401	63
890113508	Finotex S.A.	Barranquilla	27.275	89
891408135	Nicole S.A.S.	Dos Quebradas	21.758	1.525
860032932	Cuperz S.A.	Bogotá D.C.	21.131	102
891411170	Panorama S.A.S.	Bogotá D.C.	21.011	177
891400379	Textiles Omnes S.A.	Dos Quebradas	19.755	140
900586665	Zusatex S.A.S.	Medellín	19.480	16
890923200	Cj Textiles S.A.S.	Medellín	17.864	94
811029646	La Stamperia S.A.	Itagüí	17.339	90
811042078	Confección Y Distribuciones Firlan S.A.S.	Medellín	16.953	106
890900314	Marquillas S.A.	Sabaneta	16.942	175
93364500	Prada Cubillos Jairo Aníbal	Bogotá D.C.	16.863	60
800159903	Creaciones Kamuchy Ltda.	Bogotá D.C.	16.279	35
900748456	Arte y Tecnología de Moda S.A.S.	La Estrella	16.067	-
860536292	Nacional de Trenzados S.A. NT Colombia	Funza	16.016	200
891500059	Empaques del Cauca S.A.	Popayán	15.652	250
890911539	Comercializadora Internacional Indumar S.A.S.	La Estrella	14.880	140
890917032	Tintorería Industrial Teñimos S.A.	Medellín	14.199	110



900485731	Nexxos Studio Nxs S. A. S.	Cali	13.548	80
900607178	Wakaner Commercial Group S.A.	Medellín	12.665	419
811007412	Chala S.A.S.	Medellín	12.201	70
890918159	Itintoreria Colombiana S.A.S.	La Estrella	12.135	80
832010807	Polyagro S.A.S.	Zipaquirá	11.440	109
800048373	Consortio Abuchaibe S.A.S.	Barranquilla	11.248	95
830066330	Fibrahogar S.A.S.	Bogotá D.C.	10.925	36
800243424	Textiles Gaurne S.A.S.	Sabaneta	10.300	117
890927490	Cintas Textiles S.A.	Medellín	10.278	92
900325671	Lamitextil S.A.S.	Copacabana	10.091	40
890918946	Textiles Punto Flex S.A.	La Estrella	9.903	109
890900342	Fábrica de Hilos y Productos Varios S.A.	La Estrella	9.660	201
890934582	Kromia S.A.S.	Itagüí	9.635	86

Fuente: Bajo Licencia Consultado en EMIS, con base en información de Supersociedades y Cámaras de Comercio de Colombia.

Para el caso de empresas cuya sede principal, esté ubicada en el Departamento de Antioquia, se elaboró una segunda tabla, con las siguientes empresas del subsector (ordenadas de mayor a menor según las utilidades operacionales para el año 2017).

Ciudad	Total, Ingresos Operac. 2017	Núm. empleados
Medellín	109.337	1025
Itagüí	52.815	359
La Estrella	16.773	142
Sabaneta	15.059	194
Don Matías	9.591	114
Barbosa	6.271	73
Bello	5.996	54
Guarne	3.703	32
Copacabana	2.346	18
TOTAL	221.891	2011

Fuente: Bajo Licencia Consultado en EMIS, con base en información de Supersociedades y Cámaras de Comercio de Colombia. Construcción propia.

Otras empresas de Antioquia, productoras de los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos (Ingresos operacionales en millones de pesos)				
NIT	Razón Social	Ciudad	Total Ingresos Operac. 2017	Núm. empleados
900445344	Inversiones Fajitex Sas	Medellín	8.992	148
890943013	Tejeduría y Procesos S.A.	Itagüí	8.727	20
900322366	Claro Oscuro Enrollables S.A.S.	Medellín	8.668	60
811002062	Vila S.A.S.	Sabaneta	8.045	123

890930111	Sesgocolor S.A.S.	Medellín	7.725	57
800074839	Prointex S.A.S.	Don Matías	7.371	65
800009802	Procesos Especiales de Lavado Para la Confección S.A.S.	La Estrella	7.315	50
900269151	Provigasa Medical S.A.S.	Medellín	6.794	50
811004715	Atex S.A.S.	Itagüí	6.703	25
800132442	Tenidos y Acabados Asociados S.A.S.	Itagüí	6.655	54
98494946	López Marín Oswaldo Antonio	Medellín	6.466	20
900851735	Incanto Tessile S.A.S.	Medellín	6.428	2
800038649	Tintexa S.A.	Itagüí	6.309	106
811011232	Tinturas y Telas S.A.	Barbosa	6.271	73
890922236	Primordial S.A.S.	Medellín	5.472	65
800022737	Racional de Insumos S.A.S.	Itagüí	5.382	43
811002993	Redepesca S.A.S.	Medellín	5.182	18
900579862	Pilyq Colombia S.A.S.	Medellín	4.754	28
800081739	Productos Vitela S.A.S.	Itagüí	4.683	59
900569305	Artech Print S.A.S.	Itagüí	4.540	n/a
800139468	Magliatex S.A.S.	Itagüí	4.305	13
890900344	Inverbordados S.A.S.	Sabaneta	4.120	1
900488953	La Cuna Del Hogar S.A.S	Bello	4.063	38
811025805	Estampados El Taller S.A.S	Medellín	3.983	95
890928188	Recudir S.A.	La Estrella	3.710	25
12961222	Eusse Salazar Hernán Darío	Guarne	3.703	32
900868239	Indurtex S.A.S	Medellín	3.605	30
800059277	Hilos y Piolas Jaramillo S.A.S.	Itagüí	3.546	21
900138759	Industrial De Pomos S.A.	Medellín	3.340	31
811029352	Gys Guatas y Sustratos S.A.S.	La Estrella	3.283	31
900340538	Forretodo S.A.S	Medellín	3.253	33
900319141	Rain Color S.A.S	Medellín	3.099	43
811039512	Lavatinsa S.A.	Medellín	3.020	53
811018322	Publiempaques S.A.S.	Medellín	3.017	20
8261024	Tabares Valencia Juan Libardo	Medellín	2.931	8
800026953	Tejidos Ronu S.A.S.	Sabaneta	2.894	70
890920037	Ravenna Industrial S.A.S.	Medellín	2.600	25
900104138	Productos Osmarketing S.A.S.	Medellín	2.575	39
811037132	Bondeados y Laminados Comerciales S.A.	La Estrella	2.465	36
811017883	Prosaltex Ltda	Medellín	2.454	30
900451336	Dipinto Colori S.A.S.	Medellín	2.400	23
900566893	Ecowashed Sas	Copacabana	2.346	18
900583922	Lavitex S.A.S	Don Matías	2.220	49
900194046	Color Y Lavado S.A.S.	Medellín	2.074	50
890917180	Triconylon S.A.S.	Itagüí	1.965	18
800227405	Etitex S.A.S.	Bello	1.933	16
900121108	Moda Y Disenos S.A	Medellín	1.926	27
32488134	Vásquez López Maria Del Carmen	Medellín	1.897	23
900396165	FI1 S.A.S	Medellín	1.820	-
900433964	Tejetex S.A.S.	Medellín	1.649	14
900834845	Toallas y Textiles S.A.S.	Medellín	1.644	12
811018092	Sunteca Cortinas y Persianas S.A.	Medellín	1.569	21

Fuente: Bajo Licencia Consultado en EMIS, con base en información de Supersociedades y Cámaras de Comercio de Colombia.

En la tabla siguiente se muestra como desde 2013 al 2018, para los principales subsectores, en cuanto a ventas externas, Antioquia ha venido perdiendo dinamismo en las exportaciones, hecho que le ha ocasionado ver reducidas sus ventas externas en casi 100 millones de dólares en los últimos cinco años.

EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIÓN PARA ANTIOQUIA – 2018

Exportaciones de Antioquia según Capítulos del Arancel							
Acumulado a diciembre - USD\$ FOB							
Cap	Descripción	2013	2014	2015	2016	2017	2018
52	Algodón	36.255.545	26.037.700	18.205.823	16.960.185	19.624.030	13.845.808
53	Demás fibras textiles vegetales	156.091	391.236	447.483	3.515.097	932.622	3.710.758
54	Filamentos sintéticos o artificiales	18.645.707	24.367.779	23.328.692	19.448.791	30.180.843	35.801.856
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	9.841.841	10.143.640	6.951.067	7.816.649	7.507.846	8.016.861
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	7.339.472	6.955.530	5.612.893	5.035.030	4.566.991	5.110.045
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo	2.771	15.844	1.908	13.188	5.663	34.032
58	Tejidos especiales	2.574.880	2.557.190	1.881.183	2.110.697	2.322.808	3.186.502
59	Tejidos impregnados	23.131.371	28.593.464	24.885.570	20.668.001	22.727.671	24.475.717
60	Tejidos de punto	6.487.427	4.040.070	2.963.467	1.948.658	1.285.009	940.764
61	Prendas y complementos de vestir, de punto	167.846.307	138.605.645	104.795.932	97.383.302	104.375.181	109.598.505
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	200.214.607	185.739.220	177.380.715	141.750.377	141.022.233	164.555.393
63	Los demás artículos textiles confeccionados	12.324.311	11.176.427	11.980.396	10.634.146	8.379.042	11.271.794
Subtotal Textil confección		484.820.330	438.623.745	378.435.129	327.284.121	342.929.939	380.548.035
Total Antioquia		5.830.160.264	5.109.697.371	4.315.138.740	4.330.103.613	4.478.433.560	4.442.072.676
Participación textil-confección en el total		8,3%	8,6%	8,8%	7,6%	7,7%	8,6%

Fuente: CCMA con base en DANE, DIAN, 2019.

En la tabla siguiente, se presentan las exportaciones de productos correspondientes a los demás artículos textiles confeccionados para el año 2018, y donde se tiene que 16 empresas antioqueñas, pertenecientes al Valle de Aburra, dan cuenta del 90% de las exportaciones de la región de este tipo de productos, lo cual refleja una alta concentración de las exportaciones sectoriales.

Principales empresas antioqueñas, exportadoras de los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos (2018)

NIT	Razón Social	Ciudad	Actividad Principal	Número de empleados	Exportaciones (US\$)
900359518	Industrias Fatelares S.A.S.	Itagüí	Fábricas de tejidos	569	15.558.184
890900285	Compania de Empaques S.A.	Itagüí	Fabricación de otros productos textiles; textiles para muebles	844	8.321.462
800186656	C.I. Distrihogar S.A.S.	La Estrella	Fabricación de productos textiles	171	5.736.382
890912508	Carpas Ikl S.A.S.	Medellín	Fabricación de productos textiles	265	2.316.600
900905459	Calidex Trading Co S.A.S.	Medellín	Suministro de equipos de plomería y calefacción	-	1.369.171
890916324	Industrias Genio S.A.S.	Itagüí	Fabricación de productos textiles	63	1.051.485
811039981	Union Medical S.A.S.	Envigado	Fabricación de ropa	107	795.746
900411781	Fajas Myd Posquirurgicas S.A.S.	Medellín	Fabricación de ropa	321	230.687
900096158	Hincapié Sportswear S.A.S.	Medellín	Fabricación de ropa	135	208.483
900518599	Good Price Corporation S.A.S.	Medellín	Suministro de equipos de plomería y calefacción	11	182.772
830508261	C.I. J y J Distribuciones S.A.S.	Sabaneta	Compraventa de parafina e insumos para velas-exportación	6	145.095
890933661	C.I. Aseo Integral S.A.	Sabaneta	Comercialización de productos de consumo masivo aseo	40	144.239
811032879	Comercializadora y Representaciones Antiotrading S.A.S.	Sabaneta	Compraventa de parafina e insumos para velas-exportación	29	124.500
890900431	Industrias Kent Y Sorrento S.A.	Medellín	Elaboración y mercadeo de productos elaborados a partir del polipropileno y polietileno	266	67.260
800191700	Cueros Velez S.A.S	Medellín	Fabricación de bolsos y calzado	2.274	63.727
900708883	Vivell S.A.S.	Medellín	Fabricación de productos textiles	339	42.652
Subtotal exportaciones				-	36.358.445
Total exportado desde Antioquia				-	40.203.826

Fuente: Elaboración propia con base en DANE, RUES.

D. UNA APROXIMACIÓN A LA CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR COLOMBIANO (FACTORES DE DECISIÓN DE COMPRA)

Cuando se tiene una gama productos con características tan distintas y destinados a usos diversos, no es sencillo poder enmarcar el tipo de consumidor que compra un tipo de productos como las confecciones diferentes al vestuario, por lo que en el presente trabajo, se pretende abordar el tema del consumidor, desde la generalidad de este tipo de bienes y de una diferenciación del consumidor colombiano basada en información demográfica del país; en la estratificación socioeconómica y en los ingresos para los grupos principales.

La firma “The Nielsen Company” (2013), retomando algunos conceptos importantes de una investigación realizada por el grupo RADDAR,⁴ en donde llamaba la atención sobre los fuertes valores tradicionales que inciden en la decisión de compra del consumidor colombiano.

Por otra parte, y en relación a la conciencia medio ambiental, se ha llegado a la conclusión que un consumidor colombiano, preferirá cambiar su estilo de vida, para reducir el impacto ambiental de sus decisiones de consumo, antes que pagar más por un producto que sea amigable con el medio ambiente. Se sabe también que para el caso de productos correspondientes a “Los Demás Artículos Textiles” diferentes al vestuario, las tiendas tradicionales, a diferencia de las existentes en internet, tienen una ventaja, debido a que el contacto con el producto (mantas, manteles, sábanas, almohadas), junto con el precio, son considerados dos de los factores más determinantes de compra por el consumidor de este tipo de producto. (MINCETUR - PERÚ, 2016)

Para contar con una caracterización más precisa del consumidor, el gobierno colombiano se ha planteado la necesidad de definir y desarrollar una herramienta de análisis cualitativo y cuantitativo del comportamiento del consumidor teniendo en cuenta variables de investigación como: el tipo de producto que se está comprando; los aspectos más importantes en la decisión de compra; los canales que utilizan; los hábitos preferenciales; entre otros para lograr una diferenciación entre los distintos perfiles del comprador (edad, sexo, localización geográfica) y observando la evolución en el tiempo (periodicidad semestral o anual).

No es sencillo realizar estudios sobre el tamaño de mercado para los productos del grupo de “Los demás Artículos Textiles Confeccionados” diferentes al vestuario en razón que no están considerados como artículos de primera necesidad como los alimentos o las medicinas.

Para lograr una aproximación al tamaño del mercado colombiano se haría necesario conocer la magnitud de la producción nacional, además de las importaciones y las exportaciones⁵; hecho que se dificulta por la heterogeneidad de los productos que

⁴ Allí se afirmaba que “El colombiano es un consumidor fuertemente influenciado por las marcas, el precio, las promociones y la moda; pero aún le da un gran peso a la tradición de consumo familiar.

⁵ El tamaño del mercado es medido por el nivel de importaciones, más el tamaño de la producción nacional y restándole las exportaciones.

componen el subsector y la gran dispersión en un número importante de MIPYME productoras que hacen complicado la consolidación de las cifras del mercado nacional.

Para el caso de las decisiones de compra de los colombianos de productos del grupo de “Los demás Artículos Textiles Confeccionados” diferentes al vestuario, ante una fuerte influencia de las marcas y de los precios, es importante analizar cómo se distribuye la renta entre los colombianos y en que sitios realizan sus compras (canal utilizado para este tipo de producto).

Una visión sobre la capacidad económica de los hogares colombianos para consumir se puede inferir de los gastos realizados por los hogares en un período determinado; entendiendo como gastos, a todas las compras que hacen las familias en bienes (productos nuevos y usados) y servicios para la satisfacción de sus necesidades. En el cuadro siguiente se presenta una reciente medición, llevada a cabo por la firma RADDAR para la economía colombiana.

Distribución del gasto de los hogares colombianos, según el grupo de ingresos a que pertenecen – 2017⁶

DESCRIPCIÓN	BAJO	MEDIO	ALTO	COLOMBIA	UNIDAD
Gasto total anual por grupos de ingresos	151	334	129	614	Billones (\$)
Número de hogares	7.820.593	6.235.066	821.489	14.877.148	Hogares
Gasto mensual por hogar	1.609.000	4.464.000	13.086.000	3.439.280	Pesos
Gasto mensual per cápita	487.000	1.352.000	3.956.000	1.042.206	Pesos

Fuente: RADDAR, 2017.

En el cuadro anterior, se observa cómo un 52.6% de los hogares, corresponde al grupo de ingresos bajos; mientras que el grupo de ingresos medios representa cerca del 42% del total de la población colombiana. Finalmente, solo el 5.5% de la población, puede enmarcarse en el grupo de ingresos altos.

En el mercado de textiles para el hogar se presenta una dura competencia entre las llamadas marcas blancas, caracterizadas por sus precios bajos y los productos de “marcas” acreditadas dirigidas a grupos de más altos ingresos.

⁶ <http://raddar.net/wp-content/uploads/2018/01/12.-MicroEconomic-Diciembre-2017.pdf>



E. PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN, UTILIZADOS PARA LA VENTA DE PRODUCTOS DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES

- 1) Ventas de fábrica y canales propios: la propia empresa fabricante se encarga de hacer llegar su producto al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delega procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor.
- 2) Grandes superficies: Básicamente son tiendas de autoservicio, donde los bienes están divididos por secciones (por ejemplo, ropa para el hogar, alimentos, electrónicos, etc.). El consumidor entra, elige los productos que desea adquirir, y los paga en una caja antes de abandonar el lugar. Como su nombre lo indica, el punto de venta tiene extensión superior, en promedio, a los 2500 m²), aunque hay algunas cuyas dimensiones pueden superar los 10.000 m².
- 3) Tiendas especializadas: Desde una perspectiva estricta, con el concepto de comercio especializado se hace referencia propiamente a un establecimiento comercial minorista de pequeña o mediana superficie, que vende en régimen tradicional o en autoservicio (o una combinación de ambos), con surtido de poca amplitud y mucha profundidad. Se localizan en zonas comerciales o donde hay una concentración de servicios. Son intensivos en servicios, siendo esenciales el conocimiento profundo del producto que tiene el vendedor y la atención personalizada (orientadas hacia el segmento de consumidores más exigentes).ⁱ (Wolters Kluwer - España, s.f.)

En los últimos años han aparecido tiendas especializadas de mayor tamaño (más de 1.000 m²), lo que ha dado origen al concepto de las grandes superficies especializadas. Con este nombre se hace alusión a medianas o grandes superficies minoristas especializadas en una categoría de producto concreta, claramente definida y dirigida a ofrecer el mayor surtido posible. Aunque generalmente son gestionadas bajo el régimen de autoservicio, cuentan con personal de venta disponible para poder aconsejar a los clientes.

- 4) Sector automotriz: El sector automotriz es muy importante para el sector textil, ya que un alto porcentaje de los componentes de un vehículo está constituido por textiles, como es el caso de telas para asientos, tapicería del habitáculo, bolsas de aire, filtros, bandas, entre otras partes. Este canal de distribución se basa en las diferentes empresas que elaboran este tipo de productos.
- 5) Canal Contract: Existe un quinto canal para la ropa de hogar, también llamado canal contract, cuya demanda proviene de hoteles, restaurantes, hospitales, centros comerciales e industrias. Este sector abarca las siguientes categorías de productos: tejidos de confección (ropa de cama, de mesa, de baño etc.); alfombras y moquetas; textil para tapicería y decoración. Los productos del sector responden a exigencias tanto funcionales como decorativas, lo cual permite segmentar el mercado en varias tipologías. Asimismo, el precio, la practicidad, la calidad y sobre todo el diseño de los mismos se convierten en elementos determinantes para su adquisición.

F. NORMATIVIDAD TÉCNICA QUE APLICA AL SECTOR DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE CONFECCIÓN

- Norma Técnica Colombiana - NTC 2335 del ICONTEC⁷

Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales debe someterse los juegos de cama, elaborados con telas de tejido plano.

Otras normas que deben consultarse

- NTC 228, Telas. Determinación del ancho.
- NTC 313, Tejidos. Métodos de ensayo para determinar la resistencia al desgarre.
- NTC 340, Textiles y confecciones. Rotulado.
- NTC 703, Textiles y confecciones. Telas. Telas de tejido plano.
- NTC 754, Telas. Determinación de la resistencia a la rotura por tensión.
- NTC 772, Materiales textiles. Determinación de la solidez del color al sudor.
- NTC 786, Materiales textiles. Determinación de la solidez del color al frotamiento.
- NTC 908, Textiles y confecciones. Cambios dimensionales en telas de tejido plano y de punto por lavado en máquina automática de uso doméstico.
- NTC 1155, Materiales textiles. Determinación de la solidez del color al lavado doméstico e industrial.
- NTC 1386, Telas. Determinación del deslizamiento de los hilos en la costura.
- NTC 1479, Materiales textiles teñidos o coloreados. Método de la lámpara de arco de Xenón para determinar la solidez del color a la luz.
- NTC 2051, Telas. Determinación de la tendencia a la formación de motas.
- NTC 2089, Textiles y confecciones. Hilos de algodón para coser.
- NTC 2274, Textiles y confecciones. Hilos con núcleo de poliéster recubierto con algodón.
- NTC-ISO 2859-1, Procedimientos de muestreo para inspección por atributos. Parte 1: Planes de muestreo determinadas por el nivel aceptable de calidad (NAC). (ICONTEC, 2018)

⁷ Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, es el organismo nacional de normalización, según el Decreto 2269 de 1993. ICONTEC es una entidad de carácter privado, sin ánimo de lucro, cuya Misión es fundamental para brindar soporte y desarrollo al productor y protección al consumidor. El ICONTEC, Colabora con el sector gubernamental y apoya al sector privado del país, para lograr ventajas competitivas en los mercados interno y externo.

G. MATRIZ FODA PARA EL SECTOR DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE LA CONFECCIÓN

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Departamento Nacional de Planeación (DNP), la Cámara sectorial de algodón, fibras, textil y confecciones de la ANDI, y otras entidades como INEXMODA y Proexport han identificado varias fortalezas y debilidades dentro del sector textil y confección.

Fortalezas

- Los 100 años de experiencia dentro de esta industria han hecho del sector uno de los más reconocidos en Latinoamérica, en especial, por su alta calidad en los productos y el talento humano que también se destaca.
- El acceso preferencial a grandes mercados, como EE UU, México, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (Mercosur), es una de las mayores fortalezas para competir con otras economías y volver a posicionarse.
- La posición geográfica ha permitido la cercanía con los grandes mercados del mundo, especialmente con EE UU, lo que ha generado procesos para la industria de manera más rápida y efectiva. Los procesos de producción son verticales (diseño, corte, hilado, confección, bordado, tinte, impresión y terminado), lo que se complementa con la alta calidad de la costura, la eficacia y prontitud de la producción, la distribución y la rapidez de la entrega de los productos que se estima está entre 4 y 6 semanas.
- Antioquia y el país, cuentan con una estructura exportadora eficiente, ofrecen productos y bienes con valor agregado y calidad para exportar; tiene una visión gerencial; apuesta a las nuevas tecnologías, a las certificaciones nacionales e internacionales, al comercio justo, al cuidado del medioambiente, al bilingüismo y a las alianzas estratégicas para aumentar su productividad y oferta.

Oportunidades

- El exportador debe trabajar en la innovación constante de producto para ser más competitivo, así como en la diversificación de mercados. Además, debe tener claro cuáles son las oportunidades específicas para sus mercancías y las necesidades de los países a los que se quieren exportar. De igual forma, debe conocer los canales de distribución más efectivos para entregar a tiempo y diseñar estrategias de promoción de acuerdo con el idioma y las costumbres de cada nación.
- Uno de los retos que presenta la industria colombiana textil es la apuesta por la investigación e innovación, así como la diversificación de la oferta exportadora y de los mercados. Este último punto es muy relevante debido a los acuerdos comerciales firmados con la UE, EE. UU. y Brasil. También es necesario destacar la Alianza del Pacífico, que incluye tratados comerciales con países como Chile, Colombia, México y Perú, entre otros.

- Es importante resaltar la vigencia del tratado de libre comercio con la Unión Europea que entró en vigor el 1 de agosto de 2013. El sector del textil es uno de los más favorecidos por este acuerdo, debido a la eliminación de la mayoría de los aranceles de los productos textiles. Para Colombia supone el acceso a más de 500 millones de consumidores.⁸
- Colombia es un mercado de 45,5 millones de habitantes, con un crecimiento medio aproximado del 5% en los últimos años. Además, dispone de mano obra especializada a un costo relativamente bajo, aunado a una política que incentiva las inversiones extranjeras y una estabilidad política superior a la de sus vecinos.
- El gobierno colombiano es consciente de que los mercados actuales requieren de nuevos materiales, que respondan a las necesidades del momento, y por eso promueve acciones a través de apoyos gubernamentales, para favorecer la inserción de las nuevas tecnologías en la industria de la confección. La competitividad de la industria estriba en la adopción de nuevas tecnologías y nuevos procesos que desemboquen en la producción de tejidos y textiles más competitivos y adaptados a la demanda de los mercados.

Debilidades

- Pese a las grandes inversiones que se han hecho en tecnología y maquinaria, el sector textil confecciones presenta un atraso en estos factores que le han impedido competir con grandes productores en masa. La competencia asiática, en especial de China, ha hecho que el sector se vea fuertemente afectado en sus exportaciones. Así mismo, los altos costos de producción han hecho que tenga una alta desventaja frente a otros competidores.
- El contrabando de materiales y productos ha golpeado de manera fuerte al sector, afectando no solo las ventas internacionales, sino también las nacionales.
- Los costos de materia prima se mantienen como los principales obstáculos que enfrentan los empresarios industriales a nivel nacional.
- Algunas de las restricciones que el gobierno ha aplicado como medidas preventivas para la importación ilegal son ineficaces para varios segmentos de sector.
- El 70% de las empresas del textil y el 40% en Confección no disponen de herramientas de detección de oportunidades de mercado, y para el caso de las que sí disponen, la mitad de ellas utilizan solo Internet.
- El 40% de las empresas no disponen de un sistema sistematizado de gestión (principalmente microempresas; 70%), y el 50% aproximadamente no dispone de

⁸ La UE tiene una superficie de 4 millones de km² y una población de 508 millones de habitantes, la tercera del mundo después de China y la India. https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/living_es

página web. Tan sólo un 17% en Textil y un 19% en Confección realiza venta on-line.⁹

Amenazas

En Colombia una de las principales amenazas para el sector textil-confección, es que tiene su mayor rival en las importaciones tanto legales como ilegales (contrabando); lo anterior en razón que dichas importaciones tienen su origen en países cuyas economías de escala superan con creces a la industria colombiana, que no puede competir con sus altos volúmenes de producción (alta productividad) y su bajo costo.

⁹ Actualización y definición del Plan de Negocio para el sector Textil y Confecciones en Colombia. Recuperado en: <https://www.ptp.com.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=adeef42a-814a-490e-85dd-b934229ad303>

H. FERIAS Y EVENTOS DE INTERÉS PARA EL SUBSECTOR DE LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE LA CONFECCIÓN DIFERENTES AL VESTUARIO¹⁰

NACIONALES

- **Colombiatex de las Américas (Medellín, enero 2020)¹¹**

Colombiatex de las Américas es la feria para la Industria de la moda que presenta la muestra comercial de textiles, soluciones especializadas, insumos, químicos y maquinaria más potente de América Latina. La Feria está compuesta por tres grandes ejes: Negocios; Moda y Conocimiento. Colombiatex de las Américas une a miles de compradores de alrededor de 60 países del mundo con una muestra comercial calificada, lo que la ha convertido en la Feria más importante del sector textil-confección de la región, contando además con el sello UFI¹², que la certifica como una feria internacional de altísima calidad. Colombiatex año tras año actualiza a los empresarios sobre las novedades y visiones prospectivas del sector, lo que no solo la convierte en un centro de negocios, sino también de actualización y relacionamiento.

- **CREATEX (Bogotá, mayo 28-30, 2019)¹³**

CREATEX es la plataforma de conocimiento y proveeduría de bienes y servicios más relevante del país. Cuenta con la participación de grandes, medianos y pequeños empresarios de la industria textil y de la confección. En 2019, del 28 al 30 de mayo, continuará consolidándose como el Salón de la Industria Textil en la ciudad de Bogotá, que atiende las necesidades del sector textil y de la confección, brindando un escenario de actualización de conocimientos, tecnología y suministros con foco en la pequeña, mediana y gran industria. El público visitante encontrará soluciones desde la consecución de insumos y maquinaria, hasta los servicios requeridos para la fabricación del producto terminado.

- **Colombiamoda 2019 (Medellín, julio 23-25, 2019)¹⁴**

Colombiamoda es la plataforma comercial más importante del país que reúne la oferta y la demanda más completa del Sistema Moda. Cuenta con tres importantes ejes: pasarelas, muestra comercial y pabellón del conocimiento. Reconocida por ser el punto de encuentro del Sistema Moda en Latinoamérica compuesta por tres ejes principales, moda, conocimiento y negocios, donde el producto terminado se conecta con el

¹⁰ Calendario de las principales ferias internacionales del sector textil-confección durante 2019. http://telavendo.co/index.php?fc=module&module=smartblog&id_post=15&controller=details&id_la ng=4

¹¹ <https://colombiatex.inexmoda.org.co/es/>

¹² UFI, la asociación que aglutina a las principales entidades y operadores feriales a nivel mundial, 630 de 85 países. http://www.ifema.es/Institucional_01/noticias/institucional/INS_039067

¹³ <https://saloncreatex.com/?d=sub&s=2216&p=13943&i=1>

¹⁴ <http://colombiamoda.inexmoda.org.co>

consumidor y los saberes se evidencian por medio de las dinámicas que generan los compradores, los diseñadores, los expositores, los conocedores y el consumidor final. Esta interacción da como resultado nuevas miradas que se convierten en oportunidades que dinamizan la industria.

- **Cali Exposhow¹⁵ (Cali, 16 al 19 de septiembre de 2020)**

Cali Exposhow es el evento más importante de belleza, salud y moda en Colombia, se desarrolla anualmente en el mes de octubre en la capital del departamento del Valle del Cauca, Cali. El evento se viene efectuando desde el año 2001 por Fenalco Valle (Federación Nacional de Comerciantes), y los gobiernos locales. La feria cuenta con gran mayor proyección internacional y reúne en un solo espacio al sector de la **belleza**: cosmética y estética; la **salud**: médicos especialistas, odontólogos, cirujanos plásticos, salud estética, vida sana, nutrición y deporte; **y la moda**: diseñadores colombianos y extranjeros, modelos y medios de comunicación especializados, en el marco de conferencias, simposios internacionales, muestra comercial y pasarelas de moda internacionales.

La feria de moda y negocios, que se celebraba anualmente, se convertirá en **bienal** a partir del año próximo según un comunicado emitido por sus organizadores, la Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO VALLE.

- **Bogotá Fashion Week¹⁶ (Bogotá 2-4 de abril de 2019)**

Bogotá Fashion Week (BFW) es una plataforma comercial y de promoción de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) para convertir a la ciudad en una capital de negocios de moda de talla internacional, enfocada en el diseño; congregando múltiples actores nacionales e internacionales para impulsar el talento creativo de los diseñadores emergentes y consolidados colombianos, fortalecer sus marcas y ampliar su mercado.

Esta iniciativa se suma a la apuesta CCB por apoyar y fortalecer las Industrias Creativas que iniciaron hace más de 14 años con plataformas de negocios como ARTBO, Bogotá Audiovisual Market (BAM) y el Bogotá Music Market (BOmm), que en la actualidad son referentes en Colombia y América Latina. El BFW 2019 tendrá una gran rueda de negocios, donde los diseñadores darán a conocer sus propuestas a potenciales compradores con un interés real en este mercado. Para ello, se dan cita compradores especializados, locales e internacionales.

¹⁵ <https://twitter.com/calixposhow?lang=es>

¹⁶ <https://www.bogotafashionweek.com.co/>

INTERNACIONALES

- **EXINTEX (Puebla - México, octubre 2020)¹⁷**

EXINTEX es la exhibición internacional textil más importante de México y una de las principales de Latinoamérica. La feria es punto de encuentro de toda empresa y visitante relacionado con el mundo de la industria textil. Sirve tanto para promocionar los productos consolidados y darles mayor difusión, como para presentar nuevas tecnologías, técnicas y aplicaciones. Y en su trayectoria se ha convertido en un espacio no sólo de exposición, sino también de formación, información y ampliación de negocios. Es considerada por los empresarios españoles como un punto importante para establecer nuevos contactos, así como para supervisar y atender a los clientes ya establecidos en México.

- **Brazil International Yarn & Fabric Sourcing Show
(Sao Paulo, Brasil, agosto 27-29, 2019) ¹⁸**

Exposición Internacional de hilados y tejidos: Brazil International Yarn & Fabric Sourcing Show, la exposición internacional de hilados y tejidos, presenta todo tipo de telas de algodón y fibras sintéticas, que generalmente se utilizan en la industria de la confección - de tejidos a punto, así como textiles para el hogar de todo tipo. Los accesorios, la tecnología informática necesaria para el procesamiento de los materiales, así como los servicios relacionados se presentan también en este evento. La feria es conocida como el evento internacional líder de su clase en un mercado en auge. Por lo tanto, todos los grupos de visitantes que trabajan en la industria de la confección encuentren su persona de contacto apropiada para hablar, compartir experiencias y hacer negocios.

- **Home Textiles Premium By Textilhogar 2019 Valencia: Salón internacional de textiles hogar y decoración (Valencia, España, septiembre 11-13, 2019)¹⁹**

Home Textiles Premium By Textilhogar 2019 Valencia el salón internacional de textiles para el hogar y decoración, tendrá lugar este año nuevamente en Valencia, en concreto en las instalaciones del recinto ferial Feria de Valencia, entre los próximos días 11 al 13 de septiembre de 2019, será una feria de referencia dentro del sector y un punto de encuentro de empresas y profesionales relacionadas con el sector donde se mostrarán las últimas novedades e innovaciones relacionadas con el sector en sus diferentes vertientes y variantes.

¹⁷ www.exintex.com

¹⁸ www.cems-yarnandfabric.com

¹⁹ www.textilhogar.com - www.hometextilespremium.com

- **Expotextil Peru 2019 (Santiago de Surco, Lima - Perú, octubre 24-27, 2019)²⁰**

Escenario que alberga la mejor Plataforma Comercial en proveeduría de la Cadena Textil y Confecciones donde encontrará desde maquinaria y equipos de la última tecnología, materias primas, telas, insumos químicos hasta productos ecológicos y demás novedades.

²⁰ <https://www.expotextilperu.com/index.php>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conocer bien al consumidor es fundamental para todo tipo de empresas al momento de comunicarse o relacionarse con él. Conocer sus gustos, sus preferencias y su manera de comportarse facilita en gran manera, la definición de las estrategias de venta y la adecuada planeación de las acciones óptimas para la realización de la venta de cualquier producto o servicio.

2. El presente documento, parte de las generalidades de un subsector productivo, compuesto por un número indeterminado y heterogéneo universo de productos, por lo que no se puede llegar al nivel de profundidad del conocimiento del mercado que requiere una empresa en particular, por lo que solo constituye un punto de partida para los empresarios de la Ciudad.

3. La investigación de mercados utiliza diversas fuentes de información. Estas se agrupan en dos tipos fundamentales:

- Las fuentes de información primaria que pueden ser a su vez, cuantitativas o cualitativas (generalmente tienen un costo significativo para las empresas, que depende del nivel de profundidad y de detalle que se requiera). La obtención de información a través de fuentes primarias implica la realización de estudios a la medida y/o actualizados con cierta regularidad.

- Las fuentes de Información secundarias que se subdividen en internas y externas (se caracterizan por su bajo o nulo costo para una empresa)

En la medida en que cada uno de los empresarios, realice un análisis más o menos exhaustivo, y más o menos detallado sobre los bienes o servicios que ofrece a la comunidad, deberá hacer uso de algunas técnicas cuantitativas (encuestas, sondeos, emails, etc.) y cualitativas (focus group, entrevistas, etc.) que le permitan obtener datos más precisos para adquirir un mayor conocimiento sobre la percepción y los gustos de su clientela potencial para llegar a ellos de una forma óptima, anticipando a la competencia.

4. Para mejorar el alcance de la presente investigación de mercados, los empresarios deberán realizar una adecuada segmentación de sus mercados objetivo, la cual consistirá en agrupar consumidores de acuerdo con las características que tengan en común. Un segmento de mercado se identifica por tener deseos, necesidades, actitudes similares, hábitos de compra muy similares, así como el poder adquisitivo. También los identifica el tipo de producto o servicio que usan en común y el ámbito territorial donde pretende actuar la empresa. ¿Cuáles son los factores que se deben considerar para hacer una segmentación de mercados?

- Factores geográficos: diferencias culturales y áreas de distribución del producto
- Factores demográficos: la edad, el sexo, el nivel de educación, la clase social y su estado civil.
- Factores psicológicos: la personalidad, la percepción del consumidor, grupos de referencia, percepción de sí mismo.

- Estilo de vida: la relación que puede existir entre los aspectos demográficos y psicológicos, además de las actividades e intereses de cada consumidor.
- Uso del producto: la frecuencia con que se usa una marca o producto, la lealtad hacia él y el tipo de actitud que se tiene hacia el producto.
- Beneficios del producto: la necesidad que el producto satisfaga, la percepción que se tiene de la marca, los rendimientos que produzca el producto.
- Proceso de decisión: los hábitos de compra, del uso de los medios de comunicación, la búsqueda de la información para un producto, accesibilidad en el precio.

5. Finalmente, una conclusión para los empresarios y usuarios del presente estudio es que cualquiera que sea su mercado objetivo, este será siempre cambiante y dinámico; por lo tanto, la información que se haya obtenido en un momento determinado tiende a modificarse continuamente. Los cambios se dan no sólo por las acciones que una empresa tenga, cuenta mucho la influencia de la competencia y del mercado en general. La investigación de mercados solamente reduce el riesgo, pero de ninguna manera, lo elimina.



BIBLIOGRAFÍA

- Cluster Textil/Confección, Diseño y Moda. (2017). *Textiles - Técnicos (Manual de Uso)*. Medellín. Recuperado el 29 de abril de 2019, de <http://www.texmaquila.com/images/txmaquila/docs/textiles-tecnicos.pdf>
- DIAN. (2019). *DIAN*. Recuperado el 10 de mayo de 2019, de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>
- Dinero. (2018). ¿Qué esperar de 2019 en textiles, moda y confecciones? *DINERO*. Recuperado el 13 de mayo de 2019, de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/colombiatex-de-las-americas-en-medellin-2019/266196>
- ICONTEC. (2018). Recuperado el 12 de mayo de 2019, de <https://www.icontec.org/Documentos%20compartidos/normas%20por%20sectores/61.pdf#search=ROPA%20DE%20CAMA>
- MINCETUR - PERÚ. (1 de mayo de 2016). Recuperado el 14 de mayo de 2019, de <https://ocexlosangeles.files.wordpress.com/2012/01/inteligencia-de-mercado-ee-uu-a7n5.pdf>
- MINCETUR, PERÚ. (2015). *Perfil de Textiles Utilitarios*. Lima. Recuperado el 8 de mayo de 2019, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/EstadosUnidos/perfiles/3_Perfil_Textiles_Utilitarios/3_Perfil_TextilesUtilitarios_EE_UU6.pdf
- NIETO GALINDO, V. M. (2017). *Cadena de Textil-Confecciones, Estructura, Comercio Internacional y Protección*. DNP, Bogotá. Recuperado el 25 de abril de 2019, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/460.pdf>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2016). *Boletín tecnológico sobre los tejidos inteligentes*. Centro de Información Tecnológica y Apoyo a la Gestión de la Propiedad Industrial (CIGEPI), Bogotá. Recuperado el 3 de mayo de 2019, de <http://www.sic.gov.co/boletines-tecnologicos/textiles-inteligentes>
- Wolters Kluwer - España. (s.f.). Recuperado el 19 de abril de 2019, de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASmJcyNDtbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoA3QzZuDUAAAA=WKE