

**Influencia De La Creación Del Clúster Textil De Bogotá Como Herramienta Para
Alcanzar Una Internacionalización Adecuada**

Paula Andrea Isaza Rojas & Juan Camilo García- Herreros Barreto

Abril 2018

Director: Julián David Navia Cardona

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD EL BOSQUE
BOGOTÁ
2018**

Copyright © 2018 por Paula Andrea Isaza Rojas & Juan Camilo García-Herreros Barreto.

Todos los derechos reservados.

Resumen

El objetivo de este proyecto de investigación es describir la influencia y el desarrollo que ha tenido la creación del clúster textil de Bogotá como una herramienta viable para alcanzar una internacionalización adecuada. Para esta investigación se incluyen documentos publicados en Internet de bases de datos, portales científicos y repositorios de universidades.

Este estudio de carácter documental, el cual nos permitirá mostrar una revisión narrativa de la literatura con enfoque cualitativo y cuantitativo, en el cual nos podrá brindar un paradigma más claro del uso del clúster como herramienta de internacionalización. El clúster textil de Bogotá se encuentra en una etapa inicial y por ello debe prepararse para enfrentar los retos que le esperan. Sin embargo, es importante aclarar que este cuenta con el apoyo de la Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir de la Cámara de Comercio de Bogotá la cual adelanta políticas en pro del sector textil, confecciones y moda. A partir de esto se encontraron una serie de fortalezas que deben ser el punto de partida para la exportación de los productos del clúster textil de Bogotá teniendo en cuenta las experiencias de otros países. Con base a lo mencionado anteriormente se sugiere que los empresarios dentro del clúster trabajen en temas esenciales como: capacidad de asociatividad e integración para producir, consecución de capital para su desarrollo, aumentar el uso de tecnología, propiciar espacios de capacitación y calificación de cuadros gerenciales y operativos eficientes.

Palabras clave: clúster textil, internacionalización, empresas textileras bogotanas, textiles, exportaciones.

Abstract

The objective of this research project is to describe the influence and development that the creation of the Bogotá textile clusters has had as a viable tool to achieve adequate internationalization. This research includes documents published on the Internet of databases, scientific portals and repositories of universities. This documentary study will allow us to show a narrative review of the literature with a qualitative and quantitative approach, in which we can provide a clearer paradigm of the use of the cluster as a tool for internationalization. The textile cluster of Bogotá is in an initial stage and therefore it must prepare itself to face the challenges that await it. However, it is important to clarify that this has the support of the Clothing Cluster Initiative of the Chamber of Commerce of Bogotá which advances policies for the textile, clothing and fashion sector. From this, a series of strengths were found that should be the starting point for the export of products from the Bogotá textile cluster, taking into account the experiences of other countries. Based on the aforementioned, it is suggested that the entrepreneurs within the cluster work on essential issues such as: associative capacity and integration to produce, obtaining capital for their development, increasing the use of technology, promoting training spaces and qualification of management cadres and efficient operatives.

Keywords: textile cluster, internationalization, textile companies, textiles, exports.

Tabla de contenido

Capítulo I: Introducción	1
Problema de investigación.....	1
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Justificación	5
Capítulo II: Marco Teórico y Conceptual.....	10
Capítulo III: Estado del arte de la investigación.....	21
Capítulo IV: Aspectos metodológicos	25
Tipo de estudio	25
Técnicas de recolección de datos.....	25
Capítulo V: Resultados.....	27
Capítulo VI: Discusión de Resultados.....	49
Capitulo VII: Conclusiones y Recomendaciones	53
Capítulo VIII: Referencias.....	56

Índice de Figuras

Figura 1. Pirámide de necesidades de Maslow	10
Figura 2. Evolución PIB sector textil y confecciones.....	18
Figura 3. Modelo generador de valor: asociatividad-clúster	21
Figura 4. Aporte al PIB del sector textil: 2006-2017 tercer trimestre	27
Figura 5. Participación de las empresas del sector textil en Colombia: 2012	28
Figura 6. Variación del PIB de los subsectores textiles: 2008-2012.....	29
Figura 7. Cifras del negocio textil en Bogotá.....	30
Figura 8. Distribución de clúster según tipo de empresa y plataforma de apoyo	34
Figura 9. Actores del clúster prendas vestir/hogar de Bogotá D.C.	36
Figura 10. Áreas de trabajo.....	37
Figura 11. Evolución de la producción industrial de textiles y confecciones: 2016-2017 ..	38
Figura 12. Clúster textil bogotano	40
Figura 13. Comportamiento de las exportaciones: 2013-2017.....	41

Índice de Tablas

Tabla 1. Variación acumulada de las exportaciones textiles: 2011-2014	31
Tabla 2. Comportamiento de las exportaciones en miles de US	41
Tabla 3. Matriz DOFA	43
Tabla 4. Estrategias de minimización y neutralización DOFA	45

Capítulo I: Introducción

Problema de investigación

Actualmente el mercado global busca desarrollar nuevas estrategias de internacionalización para poder llegar a nuevos mercados y así mismo lograr posicionarse a nivel mundial. Esto se puede definir como una herramienta de crecimiento económico según Sarmiento (2014). Dichas estrategias buscan obtener un mayor crecimiento, mejorar la competitividad, la productividad e innovación dado que, la aplicación correcta de estas estrategias les generará estabilidad y permanencia en los nuevos mercados a los cuales se enfrentan (Puerto, 2010).

Según lo planteado anteriormente es importante mencionar que las estrategias estimadas para implementar un proceso de internacionalización deben estar enfocadas en el público al cual se le dirigirán los diferentes productos. Por otro lado es de suma importancia destacar la elaboración de un estudio de mercado.

Una herramienta útil es el clúster, que para el caso de esta investigación abarca el sector textil de Bogotá teniendo en cuenta que es una estrategia de internacionalización de tipo transnacional la cual permite hacer uso de las competencias existentes de la empresa y aprovechar las oportunidades en otros mercados construyéndose así una cadena de valor (Barrientos, 2011).

La internacionalización es un fenómeno que va de la mano con el desarrollo de una región en específico (Lugo, 2007). Cada territorio se debe esforzar por incursionar efectivamente en los procesos de internacionalización sin perder la esencia de su producto; por ello, las empresas deben generar habilidades para poder globalizar los mercados de

manera conveniente durante el intercambio de culturas (Ministerio de Comercio Exterior, 2010).

Sin embargo, la apertura económica puede ser un factor que haya afectado en alguna medida la oportunidad de la creación del clúster textil y así mismo su internacionalización. Esto se debe principalmente a la ausencia de medidas contundentes y de protección para el sector (Moreno, 2016).

Es evidente que las medidas tomadas por el gobierno no han sido lo suficientemente eficaces para frenar la llegada de productos internacionales a bajos costos y de baja calidad. Por ende se puede notar una falta de protección arancelaria y de control aduanero por parte del Gobierno, ya que este no ha podido frenar de alguna manera el ingreso de productos a precios bajos y de contrabando.

Para el caso del clúster textil de Bogotá, que tan solo tiene 15 años de haberse creado, el estudio de Monroy (2012) analiza que la falta de experiencia de este por el poco tiempo que lleva en el mercado no tiene claras sus debilidades para enfrentar la competitividad a la que se expone.

Esto al compararlo con el clúster de Medellín el cual sí tiene identificadas sus fortalezas y debilidades, nos brinda una visión negativa del desarrollo del clúster bogotano en el sector con el fin de tener un crecimiento gradual en mercados internacionales.

Por lo tanto, se puede identificar que el clúster textil de Bogotá debe implementar mayores políticas que faciliten su internacionalización dada su baja experiencia en el mercado internacional; una opción viable es utilizar el apoyo que brinda la Cámara de Comercio de Bogotá para que los empresarios mediante cursos, talleres y semanarios puedan obtener herramientas que les permitan tener bases académicas de administración

sólidas para lograr su internacionalización.

Igualmente se encontró que, la baja implementación de transformación productiva produce poco desarrollo tecnológico e innovador y por ende bajo crecimiento si se compara con los avances del sector textil en otros países lo cual ocasiona un atraso económico. Se denota que los empresarios colombianos no se encuentran lo suficientemente preparados para no solo depender de las exportaciones por lo que han dejado de lado otras etapas del proceso incluyendo los controles de calidad, diseño, nuevos productos, acabados entre otros (Monroy, 2012).

Otra debilidad del clúster textil es la falta de conocimiento del mercado internacional y las pocas opciones de acceso a tecnologías que pretendan hacer más eficiente el proceso productivo. La tecnología empleada por los competidores internacionales supera a la nacional y los altos niveles de competitividad de los grandes grupos que manejan la cadena textil son mayores a diferencia de los que presentan los productores nacionales, como por ejemplo, las empresas de textiles de origen asiático llegan al país con ventajas competitivas a diferencia de los productores locales (García, 2013).

Adicional a esto se encuentra otra problemática que hace referencia al poco personal calificado para realizar trabajos específicos en las empresas de la industria, debido a que en el país sólo existe una facultad de ingeniería textil en la Pontificia Universidad Bolivariana, que cuenta con 10 programas técnicos/tecnológicos pero no existe ningún programa especializado en el sector (Monroy, 2012). Con base a lo anterior se puede destacar que en Bogotá no existen programas académicos que permitan a las personas formalizar su educación y tener una dirección profesional enfocada a la innovación y la implementación

de esto en el sector textil.

Finalmente, se puede destacar que al realizar la búsqueda de documentos electrónicos publicados en la Web sobre el tema de estudio, se evidencia que la información encontrada sobre el clúster textil de Bogotá es muy baja porque ha sido una temática poco estudiada, probablemente esto se debe a que solo cuenta con 15 años de haberse creado, lo cual se convierte en una oportunidad para analizar a fondo la situación de estudio.

De acuerdo a los aspectos mencionados anteriormente el proyecto busca responder la siguiente pregunta:

¿Cuál es la influencia de la creación del clúster textil de Bogotá como herramienta para alcanzar una internacionalización adecuada?

Objetivo general

Describir la influencia que ha tenido la creación del clúster textil de Bogotá en los últimos años como una herramienta viable para alcanzar una internacionalización adecuada.

Objetivos específicos

- Examinar el clúster textil de Bogotá en cuanto a su posicionamiento y desarrollo en el mercado textil a nivel nacional.
- Evaluar el potencial del mercado internacional a partir del entorno del clúster textil bogotano teniendo en cuenta su competitividad.
- Identificar las ventajas competitivas para la internacionalización del clúster textil mediante la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas) con el fin de definir las estrategias de minimización y neutralización de los hallazgos.

Justificación

La industria textilera es una de las más importantes para la economía colombiana, ya que este sector en promedio aporta al país un 9% en el PIB, de igual manera ayuda con el empleo de manufactura en un 24% aproximadamente y hace parte con el 7% de las exportaciones totales del país. Aunque las exportaciones han tenido un crecimiento significativo durante los últimos años, se debe tener en cuenta que a nivel mundial las tendencias han cambiado en la industria lo cual significa grandes oportunidades económicas para el país.

La importancia de desarrollar este tipo de investigación radica en visibilizar aspectos que contribuyan a la creación del clúster textil, generando habilidades que le permitan al empresario competir con una mayor proyección internacional logrando la diversificación de mercados, aumentando la participación con la oferta de productos innovadores y de valor agregado, aprovechando las oportunidades generadas por la globalización de las economías según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009).

Teniendo en cuenta lo anterior se puede enfatizar que los empresarios colombianos deben realizar un estudio de mercado en donde se pueda encontrar el público objetivo ideal para posicionar sus productos en el mercado extranjero. Esto en razón a que, Colombia solo abastece 0.6% del mercado exterior aunque se destaca su participación en el "rubro de ropa de algodón en tejido plano, donde alcanza 1% de las compras totales que realiza Estados Unidos por un valor de US\$3.697,3 y una tasa de apertura de exportación del 10.2%" (Departamento Nacional de Planeación, 2012, p.1).

Sin embargo, es claro que la dinámica de la apertura de nuevas fronteras económicas obliga a las empresas a trazar modelos de competencia individualizados según el sector teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades para enfrentar mejor el crecimiento de la demanda del mercado de moda y textiles a nivel regional. Esto hará que, la dinámica entre oferentes y demandantes en cuanto al intercambio de productos se mejore y aumente contribuyendo positivamente a las economías de los países de la región.

Para lograr esto es importante que las empresas colombianas se actualicen e implementen tecnologías para incursionar mediante el clúster textil en otros mercados. Esto en razón a que "la innovación y los cambios tecnológicos se han convertido en el apoyo de muchas empresas del sector textil en medio de un mercado cambiante, más ágil y conocido por la creciente competencia de productos provenientes del exterior" (Colombiatex, 2017, p.1).

Con base a lo anterior, se debe tener en cuenta que para poder lograr una internacionalización conveniente del clúster textil se requiere aumentar la participación de formatos y categorías con valor agregado, posicionándose como un Hub regional que centralice la producción, diseño e innovación" (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009, p.38), y teniendo como objetivo buscar caminos convenientes en el desarrollo de nuevas estrategias que le permitan a los empresarios cumplir dicha aspiración, para lo cual es importante identificar los mercados potenciales para la industria y adaptarse de manera rápida y eficiente a los cambios del entorno (Maldonado, 2014).

Por otro lado, se encontró como limitante la escasa información sobre datos estadísticos de la proyección del clúster textil de Bogotá por lo que la información recolectada se concentró en publicaciones y entrevistas en formatos en línea. Lo que nos

lleva a concluir que hay un vacío en la literatura, de tal manera nos conlleva a analizar el comportamiento y desarrollo del clúster.

Además, son pocas las investigaciones publicadas en las que se analizan los actores y componentes del clúster textil de Bogotá.

Actualmente, el clúster de textil de Bogotá ha logrado "una representatividad mayor a otros departamentos del país en producción (12.35%), en empleo (24.3%) y valor agregado (12.41%), constituyendo el 9% del PIB de la ciudad" (Monroy, 2006, p.5). Según Moreno, "el sector textil y confección en Colombia es una de las industrias que más aporta a la generación de empleo, el nivel de las importaciones se han incrementado alrededor del 90% y las exportaciones han disminuido notoriamente participando solo con un 19% en el total del rubro" (2016, p.11). Igualmente es una de las industrias que por factores como el contrabando, el dumping, la falta de incentivos gubernamentales, la inexperiencia e inadecuada cultura administrativa, junto con la poca maximización del uso de los recursos, los cuales, debilitan el sector y por ende limitan su proyección internacional.

La industria textil colombiana se ubica en uno de los mercados con mayor crecimiento en el comercio internacional, de esta manera es importante tener cuenta que las organizaciones deben crear estrategias para poder mantenerse en el mercado de una forma eficiente para desarrollar competitividad dentro de este (Colombiatex, 2018). Ya que la industria textil es uno de los sectores con más potencial exportador dentro del país (Inexmoda, 2012).

El aporte de esta investigación busca principalmente identificar las barreras que las empresas nacionales enfrentan al momento de fortalecerse como clúster y buscar internacionalizar sus productos afrontando la competencia de un mercado globalizado.

Por otro lado, es importante destacar que la industria textil se somete a cambios continuos del mercado como consecuencia del ingreso de nuevas tendencias internacionales, siendo el principal objetivo lograr incentivar la productividad y competitividad mediante la innovación tecnológica, para desarrollar productos netamente competitivos en el mercado internacional (Conde, 2009).

La implementación de tecnologías en la industria textil colombiana permitiría al país proyectarse de una manera adecuada con productos, materias primas, tejidos, hilajes, bordados y manufactura de diseño, ya que Colombia tiene una ventaja competitiva que se debe aprovechar a nivel internacional y es la alta calidad que maneja dentro de sus productos.

El sector textil en Colombia tiene una expansión bastante amplia lo cual es positivo para el país, de tal manera es importante destacar que esta industria permite buscar nuevas oportunidades de mercado y aportar mayores niveles de empleo a nivel nacional (Moreno, 2017).

Durante los últimos años el sector textil colombiano ha tenido un gran éxito, ya que los empresarios piensan cada vez más en expandirse internacionalmente con la ayuda de clúster textil, buscando generar mayor posicionamiento de las exportaciones de sus productos (Henríquez, 2016).

Esto implica generar más empleos y por ello se determina como un factor de gran impacto social ya que la industria está aportando a la comunidad más oportunidades laborales y asimismo ser mayormente reconocidos en pro del progreso nacional y regional, lo cual es positivo al momento de comenzar a exportar.

Mediante la internacionalización del sector textil se logra expandir su crecimiento interno lo que conlleva al aumento de la demanda de empleo haciendo que el sector impulse a las personas desempleadas a buscar la forma de ingresar a este mercado laboral, de esta manera se disminuyen las tasas de desempleo contribuyendo a elevar los niveles de vida de quienes están o no capacitados en el proceso productivo, dado que esta mano de obra no calificada podrá, mediante programas de capacitación, aprender sobre el aspecto operativo de las confecciones y textiles.

De acuerdo a cifras del FashionUnited Group (2017) la exportación de ropa y textiles ascendió a los 2.800 millones de dólares. Mediante la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en el sector textil se generan ingresos que elevan la calidad de vida de sus trabajadores, porque se aporta mano de obra a la industria y de esta manera se contribuye a disminuir el desempleo nacional porque anualmente se generan hasta 850.000 empleos formales (Gómez, 2017).

Finalmente, el gran aporte social de este tipo de investigaciones radica en la necesidad de visualizar el potencial laboral del sector dado que las empresas requieren de personal no solo calificado sino también con experiencia sin que ello implique tener un título académico específico, dado que la mayoría de mano de obra que se requiere en el sector textil proviene de la experiencia empírica de los trabajadores y de sus conocimientos culturales e innatos.

A continuación se describen los aspectos teóricos y conceptuales que enmarcan la presente investigación.

Capítulo II: Marco Teórico y Conceptual

En la presente investigación se obtienen bastantes antecedentes que son allegados al tema de estudio, de esta manera se puede empezar a definir diferentes teorías y modelos de internacionalización que nos conllevan a observar de manera teórica la problemática.

En base a las diferentes teorías y modelos que serán explicados y desarrollados en este ítem, se tiene como objetivo conocer cuál es la relación que estas tienen con la internacionalización y la creación del clúster textil.

De acuerdo a lo anterior se puede comenzar hablando acerca de la teoría de las necesidades de Maslow.

Para efectos de esta investigación se tiene en cuenta esta teoría propuesta por Abraham Maslow en 1943, en donde se especifican las necesidades principales del ser humano. Una de ellas es la vestimenta, la cual es primaria dentro de la parte fisiológica en la jerarquía de las necesidades humanas. (Ver la Figura 1).

Figura 1. Pirámide de necesidades de Maslow



Fuente: Word Press (2016).

La pirámide ordena jerárquicamente las necesidades humanas que atraviesan todas las personas, por lo que se trata de una teoría de la motivación que explica lo que impulsa la

conducta humana. (Maslow, 1991). De esta manera se puede decir que esta teoría es importante porque explica de manera contundente que la vestimenta es una necesidad del ser humano, por lo tanto este planteamiento nos da la posibilidad de analizar el desarrollo de la industria textil en diferentes ámbitos.

De la misma forma también es importante mencionar la teoría de la organización industrial quien centra la idea de la Internacionalización, ya que este supuesto habla de los diferentes sistemas productivos que se relacionan con la estructura de las empresas y de los mercados.

Mediante este fundamento podemos analizar y conocer las proyecciones que deben tener las empresas para posicionarse a nivel global, por esta razón es importante abarcar esta teoría, ya que brinda la posibilidad de eliminar los problemas de competitividad que existen entre las compañías.

Las empresas para proyectarse no solo a nivel regional sino también internacional, deben saber enfrentar a su competencia. La teoría de las organizaciones fue promulgada por Kindleberger en 1969, adaptada en 1976 por Hymer y complementada por Tirole en 1988. Teniendo en cuenta que existen mercados que están enfrentados a la competencia, esta teoría considera como una inversión directa eliminar el conflicto entre empresas competidoras cuando los mercados en los que se opera son imperfectos, como es el caso del clúster textil de Bogotá porque existe la posibilidad de que las debilidades y limitantes del sector no le permitan lograr una internacionalización adecuada. Dicha imperfección se debe igualmente a los procesos de concentración que se producen en determinados sectores. En esta situación, cuando las empresas no pueden aumentar su cuota de mercado (expandirse adecuadamente), surgen numerosos conflictos con los diferentes competidores, lo que a su

vez provoca disminuciones en la rentabilidad de las empresas (Tirole, 1988).

Otro aspecto importante de la competencia es la visión que debe tener el clúster textil de Bogotá para lograr su internacionalización con el apoyo del Estado. La teoría de la ventaja competitiva abarca este aspecto y fue planteada por Michael Porter en 1991. Dicha teoría explica que la competitividad nacional se ha convertido en una de las preocupaciones centrales del gobierno y de la industria en cada nación, pero es claro que aún no existe un modelo persuasivo para explicar la competitividad nacional.

Por otro lado, aún no existe una definición aceptada del término competitividad cuando se aplica a un país. Mientras que la noción de una empresa competitiva es bastante clara, por lo tanto las compañías que conforman el cluster textil deben tener en cuenta los competidores a los cuales se enfrentaran en los nuevos mercados a los que apuntan llegar.

No solamente los empresarios que conforman el clúster textil deben tener en cuenta aspectos de la competencia sino los paradigmas de los costos de transacción y las teorías de localización y del comercio internacional. La teoría del paradigma ecléctico fue propuesta en 1988 por John Dunning y establece dentro de un sistema las diferentes aportaciones teóricas de la organización industrial. Sintetiza varias teorías económicas de recursos, como los costes de transacción y la teoría del comercio internacional. Esta teoría sugiere que la compañía explore las ventajas competitivas en el exterior mediante diferentes variables como la inversión directa, ventajas propias de la posesión de activos intangibles, ventajas de la internacionalización de los productos, ventajas de localización geográfica entre otros (Guerra, 2002).

Según lo anterior se puede relacionar el paradigma Ecléctico, como un proceso de internacionalización que se realiza a través de la mano de obra directa, este proceso se explica cómo una serie de pasos que deben cumplirse para llegar al otro, ya que si no se siguen las metodologías, no se puede avanzar, por lo tanto es importante mencionar que el cluster textil se debe desarrollar bajo parámetros específicos de una metodología correcta en su mano de obra o procesos que le permitan cumplir con estándares de internacionalización adecuados.

Teniendo en cuenta que la presente investigación se basa en la influencia de la creación del clúster como herramienta de internacionalización es importante definir que es la internacionalización y como el cluster influye dentro de la misma, de esta manera se puede afirmar que la internacionalización es un fenómeno que va de la mano con el desarrollo de una región en específico, ya sea país, ciudad, etc. Esta también se define como la capacidad de dicha región de generar un crecimiento económico teniendo como base la internacionalización y la globalización. Los recursos productivos que se poseen deben ser eficientes al generar relaciones de capital, trabajo, y flujos de intercambio económico.

Del mismo modo se afirma que el clúster es una herramienta de internacionalización la cual consiste principalmente en la unión de varias empresas de un mismo sector que tienen como fin mutuo buscar oportunidades en un posible mercado exterior. Esta Teoría está directamente relacionada con la teoría de la ventaja competitiva. La teoría de la internacionalización fue propuesta por Buckley 1976 y complementada por Casson en 1982. Tiene como hipótesis que las organizaciones multinacionales representan un mecanismo alternativo al mercado para gestionar actividades de valor a través de fronteras

nacionales. En este caso, el clúster textil de Bogotá al buscar su internacionalización y lograr su éxito, brinda oportunidades para que otras ramas de la producción nacional busquen esta estrategia para exportar sus productos. Sin embargo, para lograr que las empresas realicen inversiones directas en el extranjero se deben cumplir dos condiciones: existencia de ventajas de localizar las actividades en el exterior y que resulte más eficiente realizarlas y venderlas a empresas extranjeras ((Rubert & Fuentes, 2003). Este tipo de negocios debe establecer comparaciones entre los posibles costos de producción en el mercado nacional y su exportación, como por ejemplo: costos de los factores productivos, costos de transporte, costos fiscales o impositivos, entre otros (Rubert & Fuentes, 2003).

La teoría de redes explica principalmente el proceso de internacionalización como un desarrollo de redes organizativas y sociales de las empresas. Esta teoría ampliada habla de la entrada a los mercados exteriores como una función de las diferentes organizaciones de las empresas locales a través de redes de miembros internacionales, esto se relaciona directamente con la creación del clúster textil, ya que este tipo de relaciones son decisivas para recolectar información de mercados particulares y de características en específico al público al cual le apunta el clúster.

La teoría de redes se basa en las relaciones existentes entre la empresa con sus clientes, distribuidores, competidores y por último el gobierno. Este modelo destaca que las empresas se internacionalizan y a medida de ellos los integrantes de dichas redes aumentan de manera creciente y evolucionan de diferentes formas.

Bajo el concepto de esta teoría se agrupan los modelos que explican el proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de las redes organizativas y sociales de las empresas. Esta teoría fue creada por los autores Johanson y Mattson en 1988. Con dicha

teoría se explica la entrada en mercados exteriores que se entiende como una función de las interacciones interorganizativas continuas entre las empresas locales y sus redes internacionales, significando esto que las oportunidades de los mercados exteriores le llegan a la empresa local a través de los miembros de su red de contactos internacionales (Johanson y Mattson, 1988).

Desde esta perspectiva el clúster textil de Bogotá requiere de una gestión administrativa internacional adecuada que le permita poder desarrollar sus actividades económicas con contactos del sector para ampliar sus relaciones comerciales. Dado que, las relaciones sociales que mantiene el empresario con otros de la red influirán positivamente sobre los mercados particulares en los que pueda actuar.

Uno de los modelos más importantes de la internacionalización es el Uppsala, propuesto en el año 2000 por Ellis; este autor plantea que los procesos de internacionalización de una organización son lentos y deben ser graduales, ya que al seguir los diferentes pasos y obtener cierta experiencia se puede penetrar correctamente mercados extranjeros, de esta manera las empresas pueden adquirir conocimientos para tomar decisiones respecto a incursionar nuevos mercados con diferencias culturales, idiomáticas, entre otros. El enfoque tradicional también tiene en cuenta el enfoque de internacionalización acelerada o rápida, el cual consiste en saltar algunos pasos de este mismo para reducir tiempo e ingresar a los mercados extranjeros con mayor rapidez. Este modelo se aplica a redes personales, comerciales e institucionales (Ellis, 2000).

A partir de lo expuesto anteriormente sobre las diversas teorías y modelos económicos de internacionalización, también es importante citar que del modelo Uppsala se fundamenta el modelo de internacionalización Born Global propuesto por Rennie en 1993,

donde se define que las pequeñas y medianas empresas emprendedoras, que presentan un proceso de internacionalización acelerado, generalmente se observa que inician sus actividades comerciales en el mercado mundial cuando se crean o en un periodo muy cercano a su nacimiento. Estas empresas ingresan a los nuevos mercados obviando algunas de las etapas del proceso tradicional de internacionalización gradual bajo los parámetros del modelo Uppsala (Rennie, 1993).

Es importante destacar que el Born Global es un modelo económico incluyente, donde afirma que las empresas pequeñas y medianas pueden tener una internacionalización acelerada, por lo cual se puede afirmar que las organizaciones incluidas en el cluster de Bogotá pueden registrarse bajo este modelo sin importar su tamaño.

De igual manera cabe mencionar que el Born Global es una estrategia que no solamente nos permite medir la capacidad que tienen las compañías para competir en el mercado, sino no también nos da a conocer cuáles son las estrategias más viables para disminuir las repercusiones o las consecuencias que traen los cambios en el sector. De esta forma dicho modelo se fundamenta en describir y analizar las modificaciones e innovaciones que tiene el mercado global.

Las empresas son entes dinamizadores de las economías que contribuyen en el desarrollo económico de los países, siempre y cuando se cree el clima, las condiciones y la infraestructura indispensable para que puedan alcanzar un desarrollo sostenido de sus exportaciones. Este artículo intenta caracterizar a las Born Global partiendo de las definiciones, características, sostenibilidad y la selección y modo de ingreso a los mercados globales. Igualmente este modelo no se limita a incursionar en el mercado internacional, sino buscar estrategias para minimizar los impactos que se generan con los cambios en el

entorno, por medio del diseño de nuevos productos, análisis de los competidores, y mejoras en la tecnología (Rennie, 1993, p.37).

En conclusión, el modelo Born Global es una estrategia clave para que las compañías tengan una noción clara de cómo se puede llegar al mercado global y que es lo que necesitan para poder enfrentar los cambios que se les presenten. Por lo tanto, las empresas que conforman el clúster textil deben estudiar, planear y ejecutar estrategias que vayan de la mano para lograr una internacionalización adecuada de sus productos.

Teniendo en cuenta que la investigación se basa en el sector textil, es importante hacer un análisis global del sector durante los últimos años, ya que es fundamental tener como base la siguiente información:

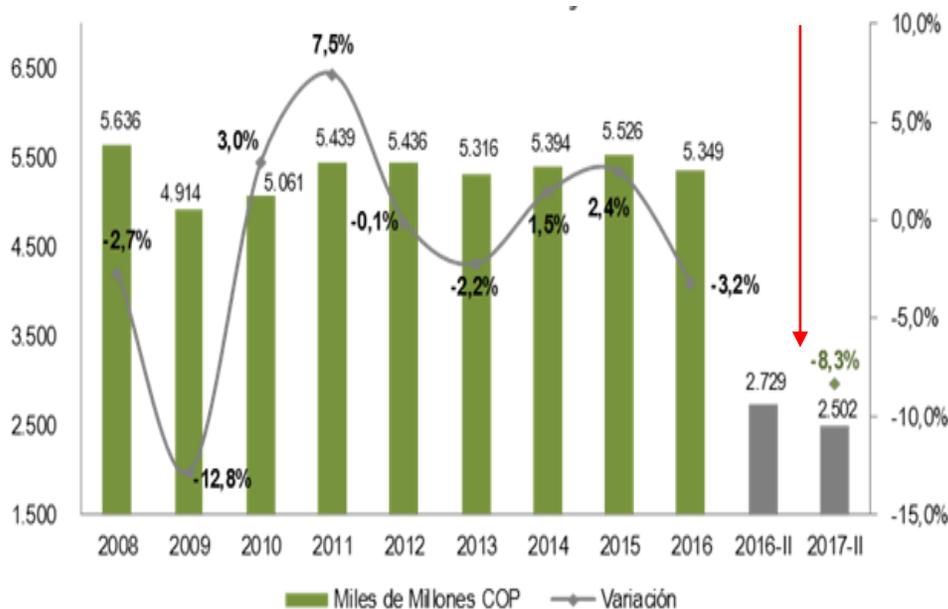
El sector textilero pertenece a la industria textil definida como aquella área de la economía que se dedica a la producción de telas, fibras, hilos incluyendo a los productos derivados de esta. Dentro del concepto se tienen el diseño, confecciones y la moda. En razón a que, esta industria reporta un alto consumo y por ende todos los productos derivados son vendidos en importantes cantidades en el mundo (Moreno, 2012).

Se estipula que Bogotá aporta "el 53% de los textiles produciendo telas en plano, punto con fibras sintéticas de poliéster y acrílicos para las confecciones hogar y usos técnico" (EnColombia, 2014, p.8). La capital resalta como el principal centro de producción, comercialización y oferta de diseño en Colombia. "El sector textil capitalino aporta el 1.36% al PIB" (Kieny, 2017, p.2).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede destacar que Bogotá es un buen mercado para que las compañías que están dentro del clúster textil exploten esta capacidad para llevar al exterior lo que en esta ciudad se puede producir.

Con base a lo planteado anteriormente es conveniente observar el comportamiento y la evolución del sector textil teniendo en cuenta sus aportaciones al PIB nacional durante los últimos años. A continuación en la Figura 2 se observa el impacto del sector en el PIB nacional entre 2008 y 2017. En dichas cifras se puede observar que "en el año 2011 aportó un 7.5% al PIB y al sumar el segundo semestre del año 2016 y todo el 2017, el aporte es negativo (-8.3%)" (Grupo Inercia Valor, 2017, p.3). Por otro lado se puede afirmar que por los acontecimientos económicos que han pasado en los últimos años a nivel mundial, el sector textil en Colombia se vio afectado en las exportaciones de los productos textiles, por ende hubo un decrecimiento en el PIB en algunos años.

Figura 2. Evolución PIB sector textil y confecciones



Fuente: Imagen adaptada de Grupo Inercia Valor (2017).

Una vez mostrado el contexto del sector textil en Bogotá y el PIB nacional, a continuación se describe la situación de las exportaciones colombianas.

Según el DANE y la ANDI la industria textil en Colombia, en lo que ha trascendido

del año 2016, ha realizado exportaciones por "USD 458 millones de confecciones, tejidos, hilados y fibras, teniendo como principales destinos: Brasil, Estados Unidos, Ecuador y México. El sector es una pieza clave de la economía del país, no sólo por ser un generador importante de empleo con una participación de 19.5%" (Revista Dinero, 2017, p.1). Igualmente se resalta que el sector textil a pesar de la disminución de su aporte económico, es un sector que tiene todo el potencial para seguir aportando en varios aspectos al país.

De acuerdo al Observatorio de Moda Inexmoda se afirma que "el consumo de vestuario acumulado a nivel nacional hasta octubre de 2016, se encuentra en 10.53 billones de pesos, esto quiere decir que hubo un crecimiento monetario del 5.52% frente al mismo periodo de 2015, y en unidades del 0.99%" (Revista Dinero, 2017, p.2).

Para conocer el comportamiento que ha tenido la industria textil en el país se necesita analizar las variaciones que ha presentado dentro del PIB nacional, esto se realiza con el fin de observar que tan importante e influyente es el aporte de la industria textil en Colombia. Una vez analizado esto, se pueden generar estrategias que permitan fortalecer la industria, y de esta manera contribuir para que el clúster textil de Bogotá pueda implementar mejoras en su internacionalización.

Teniendo en cuenta que la presente investigación expone el aporte de la industria textil al PIB se puede resaltar lo importante que es dicho sector para la economía del país, lo que conlleva a analizar el tema principal de este proyecto que es la internacionalización mediante la herramienta del clúster. La internacionalización se ha convertido en una categoría eje del análisis de la globalización con regionalización y desarrollo local que hace referencia a un territorio especial, no se habla de este tema sin referenciarlo directamente a una localidad, municipio, departamento, región o nación y en términos supranacionales al

mencionar otras categorías denominativas para la localización como es el caso de ciudad, región, entre otras; es por esto que se toma la delimitación a pequeña o gran escala del espacio geográfico, como perspectiva de análisis del crecimiento económico, desde los procesos de globalización e internacionalización de las economías. En dichos procesos la región se constituye en un eslabón que permite dotar y abastecer recursos productivos por lo que, se da un conjunto relaciones o subsistemas productivos, tales como: las relaciones capital-trabajo, los flujos de intercambio, las relaciones monetarias, las organizaciones y procedimientos para la toma de decisiones y las pautas de comportamiento social (Quintero, 2010).

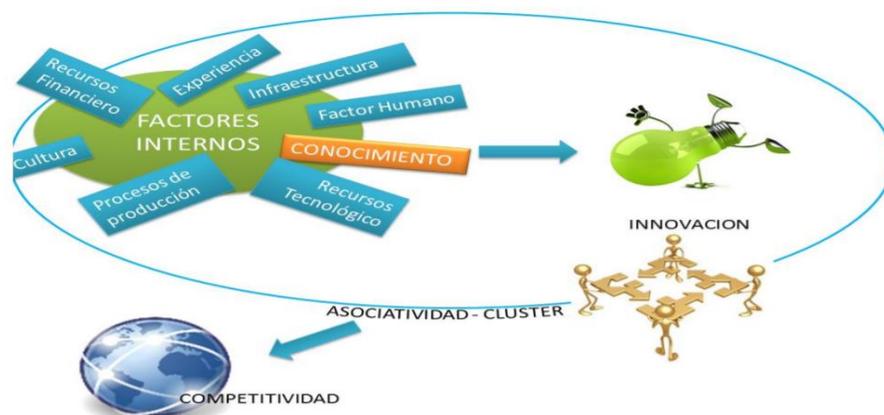
Sumado a esto, la internacionalización es un método que utilizan las empresas para poder desarrollarse en los mercados internacionales, por ende para este trabajo de investigación es necesario relacionar que el clúster es una herramienta de internacionalización en donde varias empresas de un mismo sector se unen con un solo fin, en este caso llegar a mercados internacionales con una propuesta innovadora que les permita competir con los demás mercados locales.

El modelo del clúster se ha tomado diversos tipos de industrias a nivel nacional. Se trata de un modelo novedoso de desarrollo económico internacional que está revolucionando y desplazando esquemas tradicionales de diversos sectores. Esto en razón a que, implica una mirada más amplia y comprensiva hacia todos los componentes que proyectan a la industria. "El modelo clúster tiene la particularidad de que integra y alinea actores: es una vía expedita para lograr que los territorios crezcan de manera más rápida" (Eetgerink, 2017, p.3).

Por consiguiente, en la Figura 3 se observan los componentes del modelo generador

de valor del clúster textil buscando fortalecer el aspecto de la competitividad a partir de factores externos que permitan la innovación donde se incluye la experiencia, infraestructura, factor humano, recursos financieros, recursos tecnológicos, procesos de producción y cultura.

Figura 3. Modelo generador de valor: asociatividad-clúster



Fuente: Samán y Salamanca (2012).

Capítulo III: Estado del arte de la investigación

En el marco investigativo se encontró un estudio desarrollado por Monroy (2012) en el cual se analizan las estrategias y las innovaciones que tiene el clúster textil. De acuerdo a un análisis de caso hecho en Bogotá se encontró que se debe realizar una mayor cantidad de estudios que permitan aumentar la eficiencia del sector textil, aprovechando los beneficios del clúster. La realización de dichos estudios permitirá alcanzar una mayor competitividad para igualar la productividad del sector textil respecto a otros países, para esto se requiere que el clúster busque estrategias de innovación para lograr conquistar nuevos mercados. García (2013) analiza a través de un estudio las diferencias entre el clúster textil de Medellín y Bogotá. Este estudio define la importancia de que los empresarios se fortalezcan

en las ventajas competitivas de sus productos, buscando a su vez eliminar las barreras y aspectos que se consideren debilidades internas. Para lograrlo, los empresarios deben participar en los programas que crea el gobierno, junto con las instituciones en general para alcanzar la correcta aplicabilidad de conceptos adquiridos. Esto se considera la base del funcionamiento en la participación internacional de las economías.

El estudio de Carmona (2008) considera necesario que los empresarios deben apoyarse en los factores considerados como una ventaja eliminando las barreras y aspectos que se consideren debilidades internas. Teniendo en cuenta lo citado anteriormente, el conocimiento se debe considerar como la base de la internacionalización de un producto ya que es primordial que los empresarios se involucren con diversos programas que brinda la Cámara de Comercio, Ministerio de Comercio y SENA.

Ladino, Ruiz y Rodríguez (2016) analizaron las estrategias para la internacionalización del clúster del sector textil de Bogotá donde se encontró que la desarticulación de los canales de comunicación no permite lograr la modulación adecuada de los diferentes actores y como consecuencia de estos, se impide la adecuada transmisión de aprendizaje, de conocimiento y flujo de información propios de la industria textil. Muchas compañías industriales desaprovechan los contextos de formación que ofrecen iniciativas como la de los clústers impulsada por la Cámara de Comercio de Bogotá, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y la Alcaldía Mayor de Bogotá. Además, entre los empresarios no se da lugar a la interconexión plena que permita obtener ventajas y beneficios principalmente en los procesos productivos y organizacionales.

Rodríguez (2013) analizó la competitividad del clúster textil, confección, diseño y moda en Medellín, encontrando que se deben tener en cuenta una serie de factores críticos

que afectan la competitividad del clúster: carencia y migración de mano de obra calificada; bajo nivel de especialización e innovación de productos por lo cual se presenta un producto homogéneo y estandarizado; poco acceso a las tecnologías de información. En los últimos años actores del sector textilero como Inexmoda, Proexport, el programa Medellín Ciudad Clúster promovido por la Cámara de Comercio de Medellín entre otros, se han comprometido con el clúster textil y de confección para dinamizarlo y convertirlos en los motores más importantes de las exportaciones colombianas. Destacando igualmente la promoción de esta herramienta para la internacionalización de los productos textiles a través de ferias, encuentros, ruedas de inversión en los que los empresarios tienen la oportunidad de participar. El ecosistema de emprendimiento se fortalece a través de concursos y estrategias que permiten que microempresarios exploren sus iniciativas empresariales.

Leal (2013) analizó la productividad del sector textil propuesta en la creación de un clúster para el mismo. El autor explica que el clúster incluye la concentración geográfica de compañías, instituciones especializadas y complementarias cuya función se encuentra acorde a la creación de textiles y confecciones. Dichas compañías se deben relacionar entre sí, dando paso a la creación de un espacio de negocios en el que cada uno de sus componentes pueda mejorar tanto su desempeño como competitividad y rentabilidad. Teniendo en cuenta lo anterior la visión que se plantea para el clúster se fundamenta en alcanzar tal incremento de la productividad y competitividad, que se logre un sector competitivo a nivel mundial. Se espera que esta estrategia contribuya al crecimiento económico y social del país y así obtener un crecimiento sostenible dentro de la cadena de valor de los diversos sectores de la economía nacional.

Con base a esto podemos destacar que el modelo propuesto del clúster textil es una alternativa viable para fomentar el desarrollo económico del país en este sector, esto se traduce a que aplicado de manera correcta se puede evolucionar en este tipo de modelo internacional y así obtener un buen posicionamiento en el mercado global. Al mismo tiempo es fundamental analizar este tipo de modelos a nivel internacional para tener una idea de cómo es más factible el buen desarrollo del clúster textil en Bogotá, para esto se deben tomar ejemplos de éxito y con experiencia en este ámbito, como lo expone Pérez (2009) quien analiza el modelo coreano de internacionalización de mercados y su posible influencia en el sector textil colombiano. Su análisis nos permite identificar que el desarrollo económico de Corea es el producto de una mezcla de acciones interinstitucionales e interdisciplinarias que Colombia debería imitar.

Gulati (2010) describe los clúster textiles en la India definidos como la concentración de unidades en una ubicación geográfica dada, que produce tipos de productos iguales o similares y que enfrenta oportunidades y amenazas comunes se denomina agrupación. La agrupación ha sido el fenómeno antiguo en la India. Los clúster han existido en dicho país durante siglos y son conocidos por sus productos a nivel nacional e internacional. India tiene más de 6.400 clúster. Estos se han tipificado como clúster industriales, telar de mano y artesanales. Los conglomerados representan el patrimonio socioeconómico del país donde se encuentran algunas de las ciudades o grupos contiguos de aldeas conocidos por un producto específico o una gama de productos complementarios que han existido durante décadas y siglos. En un clúster típico, los productores a menudo pertenecen a una comunidad tradicional, produciendo los productos de larga data por

generaciones. De hecho, muchos grupos artesanales tienen siglos de antigüedad.

En este punto de la investigación, se han descrito los aspectos relacionados con el estado del arte y la temática de estudio donde se denota que la de internacionalización para el sector textil colombiano ha sido poco estudiada con respecto a las investigaciones internacionales que se encuentran a comparación de los resultados económicos en otros países y a los fenómenos que las enmarcan.

Por otro lado, se procede a describir el desarrollo metodológico de la investigación en cuanto a sus aspectos relacionados con la naturaleza lde estudio, la población, las técnicas de recolección y el análisis estadístico de los datos.

Capítulo IV: Aspectos metodológicos

Tipo de estudio

La investigación que se desarrolla es de carácter documental en la cual se realiza una revisión de la literatura con enfoque cualitativo y cuantitativo. Es cuantitativo ya que se analizan diferentes valores numéricos, los cuales arrojarán datos de relevancia para el estudio de investigación. El enfoque cualitativo es debido a que se realiza una revisión documental mediante diferentes bases de datos, revistas autorizadas, trabajos de grado y literatura científica.

Técnicas de recolección de datos

Teniendo en cuenta que el primer objetivo específico es examinar la industria textil en cuanto al posicionamiento en otros tipos de mercados a nivel internacional, la información se busca en la Web siendo la principal característica su confiabilidad dado que

se obtiene de fuentes primarias y fidedignas.

Para evaluar el potencial del mercado internacional para el clúster textil bogotano se busca información que permita comparar la experiencia colombiana con otros países. Para efectos de analizar la competitividad del clúster textil de Bogotá se realizarán visitas institucionales a Procolombia, Proexport, Cámara de Comercio de Bogotá (iniciativas de desarrollo de clúster prendas de vestir), Fenalco, DANE, DIAN; con el fin de encontrar mayor información o datos estadísticos que aporten con la investigación y que no se encuentren en la web.

A fin de identificar las ventajas competitivas para la internacionalización del clúster textil mediante la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas) se tendrá en cuenta los hallazgos de investigaciones previas en la temática de estudio. Con base en dichos hallazgos se definen las estrategias de minimización y neutralización de los hallazgos.

Con toda la información analizada críticamente se realiza una comparación entre el clúster textil local respecto al mercado regional que compite fuertemente con dicha industria. Así mismo se determinan las proyecciones del clúster textil.

Es de aclarar que se tienen en cuenta las cifras del aporte al PIB del sector objeto de análisis según datos de la página del Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, en el ítem que relaciona la *Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir* en el periodo comprendido entre el 2006 al 2017. De igual forma se tienen en cuenta cifras obtenidas directamente por los investigadores en contacto a las instituciones del sector y diversas visitas institucionales.

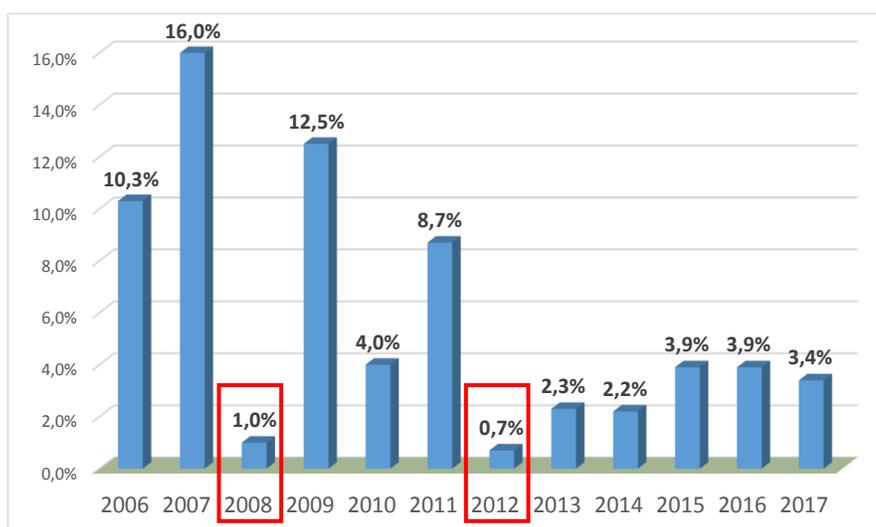
Capítulo V: Resultados

Dentro de esta investigación se observaron diferentes hallazgos que nos permiten conocer y analizar cuáles son los diferentes resultados que tiene la creación del clúster textil en Bogotá como herramienta para una internacionalización adecuada. Por esta razón, se tuvo en cuenta una serie de investigaciones basadas en el aporte de la industria textil en el PIB de Colombia, la participación que tienen las empresas del sector textil en la ciudad, la facturación de estas mismas en la capital como también las empresas que conforman el clúster textil de Bogotá, y las exportaciones de productos textiles.

Con base a lo anterior a continuación se presentan diferentes análisis los cuales nos permitirán conocer que tan ligado se encuentra la influencia del clúster textil con la internacionalización en este sector.

Para comenzar, en la Figura 4 se aprecia la influencia del sector textil dentro del PIB nacional para analizar de manera conveniente como ha sido el aporte de este al país.

Figura 4. Aporte al PIB del sector textil: 2006-2017 tercer trimestre

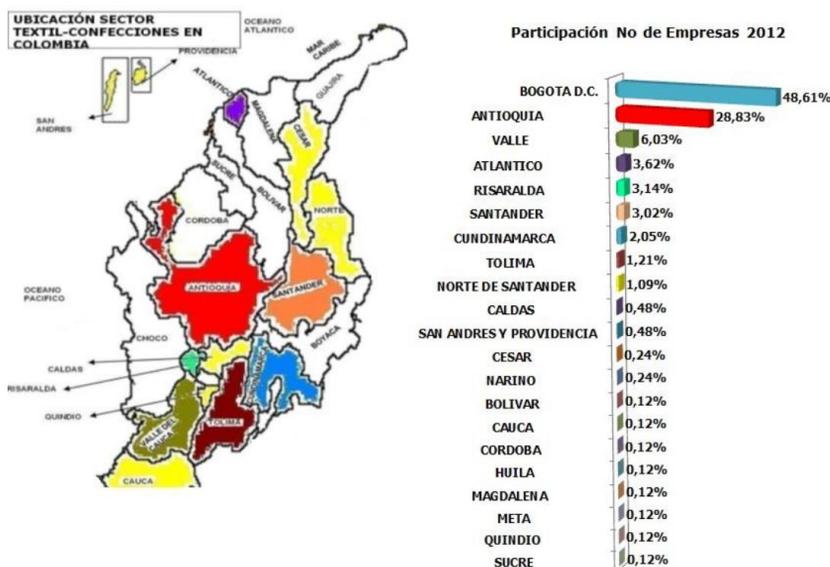


Fuente: Propia, con base en información tomada del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2018).

Se observa como antecedentes que, en el año 2008 el aporte del sector textilero al PIB tuvo una disminución de 15 puntos porcentuales siendo una de las cifras más bajas dado que en el año 2012 la pérdida fue de 8 puntos. Según un estudio desarrollado por LegisComex se determinó que fueron seis los factores críticos que incidieron para llegar a estas circunstancias: la caída de la demanda interna, el contrabando de productos textiles de la China, la revaluación del peso, los elevados costos de producción y los efectos de la crisis del 2008 y su renacimiento en el 2012 (Banco del Conocimiento y la Confección Textil, 2015).

Pese a que al 2012 la participación al PIB de este sector disminuyó respecto al año anterior, es importante citar que dicha coyuntura igualmente afectó a las empresas de 21 departamentos que en el país se dedicaban a esta actividad comercial, donde "Bogotá aportaba un 48.61% seguido de Antioquia con un 28.83% y Valle del Cauca con el 6.03%" (Superintendencia de Sociedades, 2012, p.17) como se aprecia en la siguiente figura.

Figura 5. Participación de las empresas del sector textil en Colombia: 2012

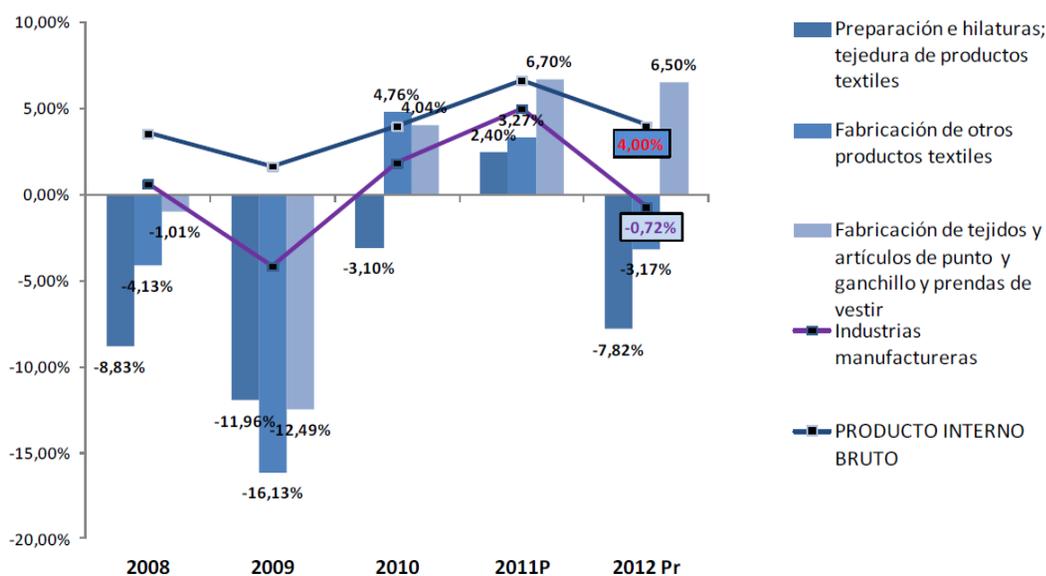


Fuente: Superintendencia de Sociedades (2012).

Al 2017 Medellín es líder en el alto número de empresas de confecciones, pero Bogotá puntea en las cifras que mueve el negocio textil en sus cinco principales empresas (ver a Figura 6) y se espera que para el cuarto trimestre del 2018, el aporte al PIB de este sector sea superior al 6.5%.

A continuación se realiza un análisis de las variaciones del PIB por subsectores para hacer un enfoque más detallado de acuerdo a la división de este sector.

Figura 6. Variación del PIB de los subsectores textiles: 2008-2012

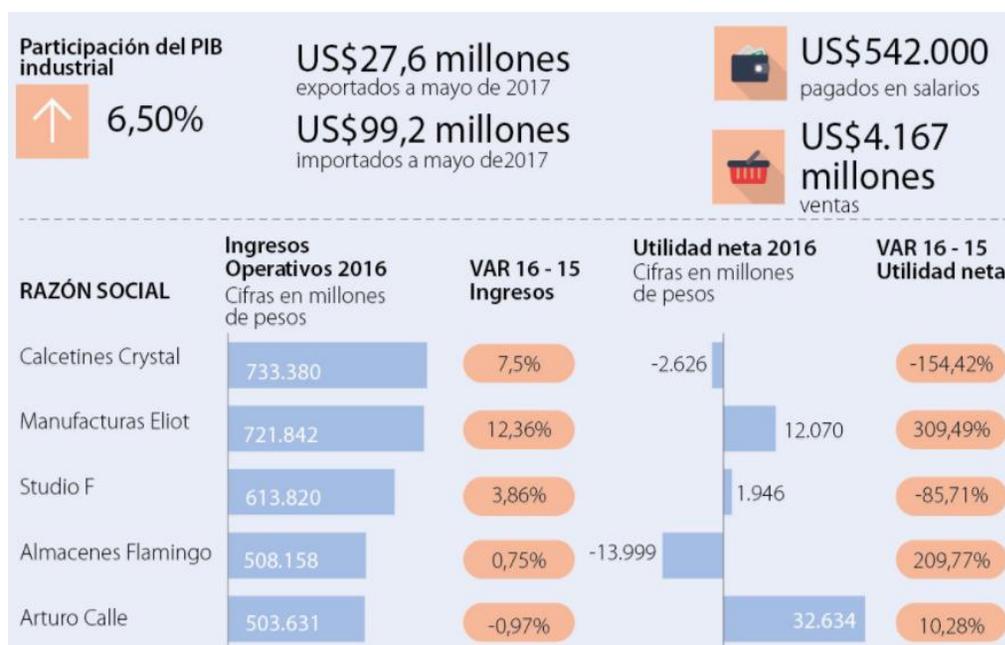


Fuente: Superintendencia de Sociedades (2012).

En la Figura 7 se aprecia el comportamiento de estos subsectores textiles y su aporte individualizado al PIB. Es claro que el sector en el periodo 2008-2012 presentó un declive alarmante y que, según la Superintendencia de Sociedades (2012) esto se dio por una revaluación fuerte del peso colombiano frente al dólar que afectó las exportaciones e igualmente la libre entrada de textiles y confecciones provenientes de la China a bajos precios a los Estados Unidos y la Unión Europea, lo cual bajó las exportaciones a estos mercados que eran consumidores de los productos textiles colombianos. Igualmente la

crisis política entre Colombia y Venezuela hizo que muchos de los compradores de productos textiles colombianos no pagaran sus obligaciones financieras a los productores nacionales (miembros de la denominada Zona Libre de Colón), quienes en gran medida vendían toda su producción al país vecino viéndose más afectado el sector textil respecto al de la confección.

Figura 7. Cifras del negocio textil en Bogotá



Fuente: Botero (2017).

Según la gráfica anterior se puede deducir que empresas como Calcetes Crystal, Manufacturas Eliot, Studio F, Almacenes Flamingo y Arturo Calle situadas en la ciudad de Bogotá son unas de las que tienen mayor participación económica en la industria textil en la capital, con un porcentaje de participación ponderado de 23.5% equivalente a la variación de los ingresos, es importante resaltar que estas compañías están incluidas dentro del Clúster textil de Bogotá.

Por otro lado es importante realizar la evaluación del potencial del mercado internacional a partir del entorno del clúster textil bogotano, es fundamental citar las variaciones acumuladas por subsectores entre los años 2011 y 2014, encontrándose que la crisis se evidencia en los datos negativos a excepción de los comerciantes que se dedican a la fabricación de tejidos y artículos de punto así como a la fabricación de prendas de vestir para la variación entre el 2011 y 2012. Los datos negativos evidenciados en la Tabla 1 se dan por otro factor importante de mencionar en la crisis del sector textil colombiano que se asocian al contrabando proveniente de Asia y estas prácticas han reducido los ingresos, según lo informa el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017).

Tabla 1. Variación acumulada de las exportaciones textiles: 2011-2014

SUBSECTOR	Variación	Variación	Variación
	%	%	%
	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Preparación de hilaturas y fibras textiles	-18,40%	-16,90%	-22,00%
Tejedura de productos textiles	-7,10%	-29,20%	-13,00%
Fabricación de productos textiles	-5,40%	-5,40%	-6,60%
Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo	5,30%	-11,70%	-16,60%
Fabricación de prendas de vestir, excepto las de piel	8,40%	-13,50%	-11,40%

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2014).

Según la ANDI "el precio estándar de un kilo de textiles en el mundo sea de 3 dólares, pero que ese mismo kilo esté ingresando legalmente al país a un precio de 50 centavos de dólar o menos, está destruyendo la industria textil colombiana" (Asociación Nacional de Industriales, 2017, p.1). La tela importada, que tiene un costo promedio internacional de US3.6 por metro, ingresa al mercado nacional a US1.5 producto del lavado

de dinero que también hace inviable a las confecciones y distribuidoras del país (Cálad, 2017).

Según lo planteado anteriormente, nos permite observar cómo fue la variación porcentual que tuvo las exportaciones textiles en Bogotá entre los años 2011 - 2014. Este análisis explica que dicha alternancia tuvo un comportamiento negativo, por lo tanto es de total importancia ya que nos brinda la posibilidad de deducir que las empresas que conforman el clúster textil de Bogotá deben crear estrategias de exportación para poder generar una mejor variación porcentual en los próximos años y de esta manera lograr que dichas estrategias sean instrumentos por los cuales se llegue a una correcta internacionalización.

Sumado a esto, en el año 2015 donde el aporte del sector al PIB fue de solo el 3.9%, aún no se habían podido abrir mercados potenciales como Europa, Canadá, los miembros de la Alianza Pacífico, Corea y América Latina para alcanzar el crecimiento deseado en la industria textil (Sistema Económico Latinoamericano y El Caribe, 2015). Según Clara Henríquez, directora de plataformas comerciales de Inexmoda:

La situación es difícil para el exportador colombiano, pero está haciendo todo lo posible por conservar sus relaciones comerciales. El 17% todavía es un arancel alto y que exige mucho trabajo en equipo para llegar a una serie de acuerdos que permitan mantener un negocio en el que ambas salgan beneficiadas. Ecuador es el segundo socio comercial en textiles y es el socio más grande en confecciones (Henríquez, 2015, p.3).

Según lo anterior podemos relacionar que las empresas que conforman el clúster textil deben enfrentar barreras para lograr exportar sus productos, debido a

que los aranceles son muy elevados, por lo tanto estas empresas para lograr una internacionalización adecuada de sus productos necesitan implementar y desarrollar una idea de negocio que les permita llegar al mercado internacional. También deben tener en cuenta, que según Henríquez (2015) Ecuador es el segundo socio comercial que tiene Colombia en la industria textil, de lo cual deben sacar provecho y trabajar en conjunto con este país para tener un mayor apoyo logístico, económico y comercial a nivel internacional.

Por otro lado, cabe resaltar que es necesario conocer qué medidas se deben implementar para que el clúster textil de Bogotá no se vea tan afectado por la llegada de otros productos mucho más económicos provenientes de otros países. Por consiguiente a continuación se hablara de los decretos que realizo el gobierno colombiano para evitar este problema.

A finales del 2016 el gobierno nacional expidió dos normatividades buscando fortalecer este sector: el Decreto 1744 y el Decreto 1745 respecto al control aduanero contra el contrabando y la subfacturación de productos textiles importados como un medio de lavado de activos (Clavijo, 2017).

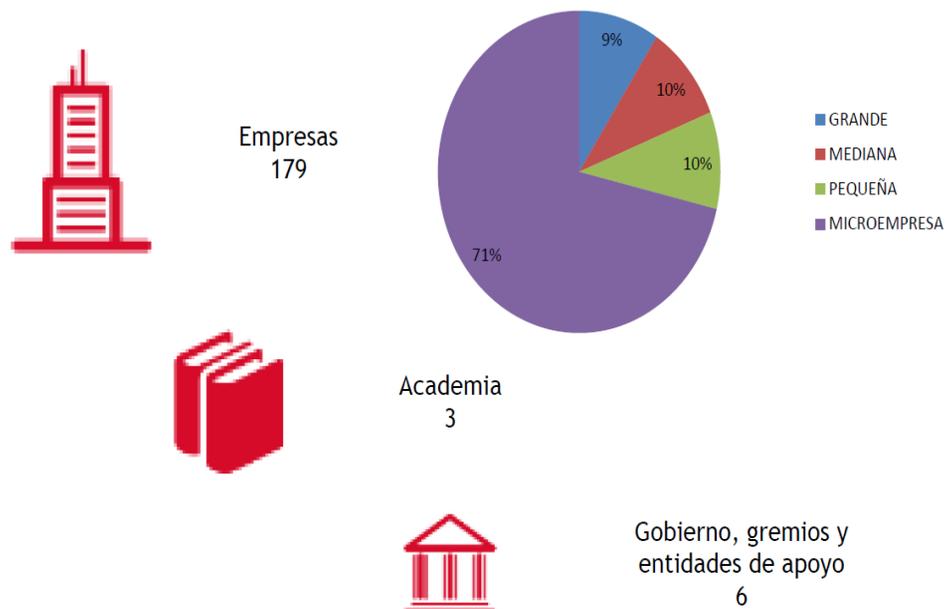
Donde el decreto 1744 habla de que se estipula un arancel del 35% a las importaciones y el decreto 1745 se trata de las medidas que se dictan para la prevención y el control de los diferentes fraudes aduaneros para el sector textil. Una vez clara las prevenciones que tiene el gobierno nacional para evitar este tipo de problemas, podemos empezar a observar la competitividad y la iniciativa que tiene el clúster textil en Bogotá

De otra parte y respecto a la competitividad del clúster textil de Bogotá D.C. se hace necesario partir de la distribución del clúster textil de la capital según el tipo de empresa

registrada en la Cámara de Comercio de Bogotá (2017), y sus diferentes plataformas de logística y apoyos como se aprecia en la Figura 9.

Esto en razón a que desde el año 2008 la Cámara de Comercio de Bogotá crea el Clúster de Prendas de Vestir reuniendo líderes empresariales distritales, gobierno y academia buscaron definir acciones conjuntas para realizar trabajo en equipo para alcanzar el propósito de impulsar el clúster de moda de Bogotá que a través de "un escenario neutral trabajan colaborativamente para definir una visión conjunta facilitando la comunicación entre empresarios, encontrar complementariedades y sinergias con universidades, gobierno y otros empresarios del sector para mejorar la estrategia de sus clúster" (Beltrán, 2018, p.2).

Figura 8. Distribución de clúster según tipo de empresa y plataforma de apoyo



Fuente: Beltrán (2018).

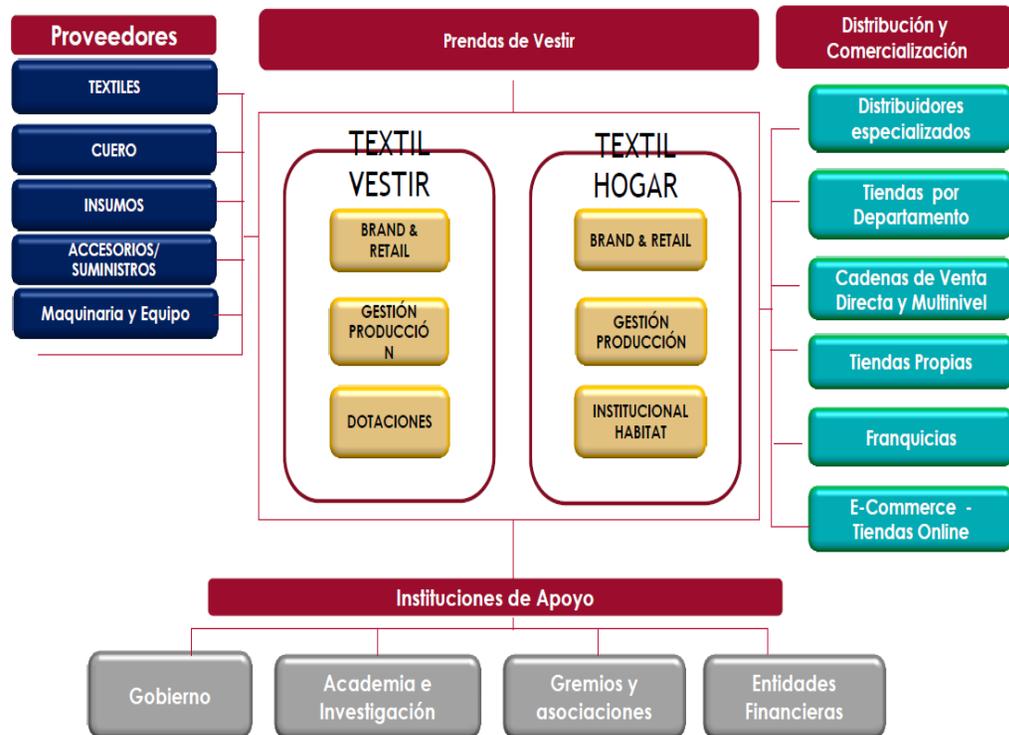
Dentro del concepto de clúster en la ciudad de Bogotá se incluye los proveedores de

textiles, insumos, maquinaria y servicios para la confección así como las empresas CORE que involucran a los diseñadores, desarrolladores de marca propia, maquila, paquete completo y confeccionistas de ropa de hogar. En este mismo sentido se ubican otros actores del clúster como los comercializadores minoristas y mayoristas, la academia (facultades de diseño de modas y confección), gremios y entidades estatales de apoyo buscando "aumentar niveles de productividad y competitividad para dichas empresas a partir de la orientación y direccionamiento que brinda el Comité Ejecutivo y el trabajo de las Mesas de Talento Humano de la Cámara" (Beltrán, 2018, p.1).

Lo mencionado anteriormente es de vital importancia para esta investigación ya que explica cómo está conformado el clúster textil de Bogotá en cuanto a los tamaños de las compañías, sin embargo, a continuación se mostrara la Figura 9 donde se determina que actores son los que influyen dentro del clúster textil bogotano

En la Figura 9 se resumen los actores del modelo de clúster prendas de vestir utilizado en las empresas de Bogotá D.C.

Figura 9. Actores del clúster prendas vestir/hogar de Bogotá D.C.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2018).

Este modelo se apoya en nueve líneas de acción en la planeación estratégica del clúster textil diseñada por la Cámara de Comercio de Bogotá (2015) la cual abarca tres grandes áreas: expresión de la marca y experiencia en punto de venta (con o sin tienda); estrategias para los mercados locales e internacionales; y las estrategias de implementación de desarrollo de producto flexible y conectado, como se aprecia en la Figura.

Figura 10. Áreas de trabajo



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2018).

En lo que respecta a la caracterización del segmento de marquistas que utilizan el modelo clúster para aumentar sus niveles de exportación textil, en la Cámara de Comercio de Bogotá se registra un total de 76 empresas que corresponde a los marquistas con tienda, 13 empresas son marquistas sin tienda y 11 empresas son marquistas internacionales. En total suman 89 empresas que conforman el bloque marquista de Bogotá D.C. las cuales aportan US780 millones al año que representaron en el 2016 el 24% de la facturación y el 35% del promedio anual del crecimiento del sector (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).

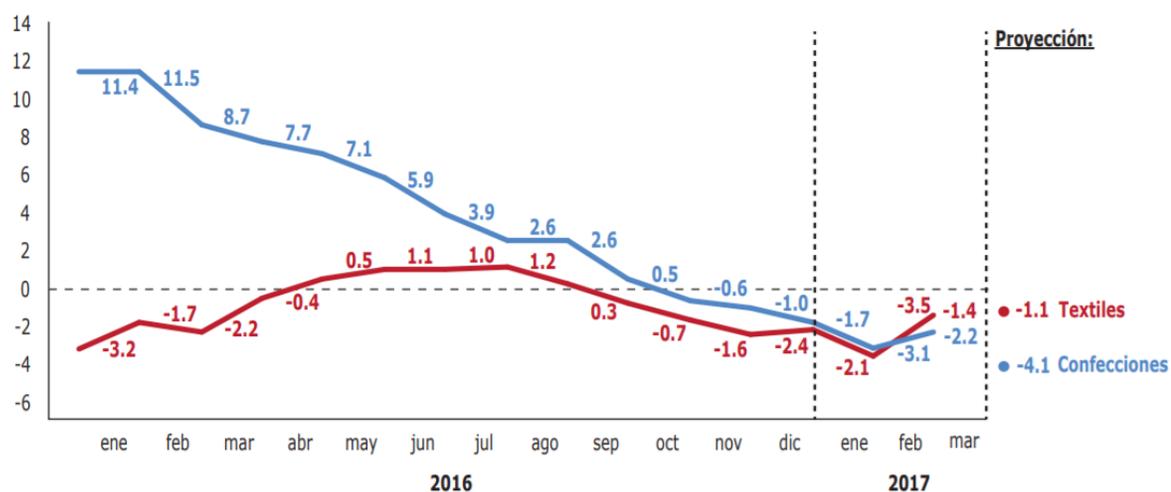
Según lo planteado anteriormente, es importante resaltar que para esta investigación es fundamental conocer y analizar de qué manera se conforma el clúster de Bogotá ya que esto es la herramienta base para que puedan lograr una internacionalización adecuada,

también es bueno aclarar que la industria textil es una fuente generadora de empleo, por lo tanto en la siguiente figura se observara que tan importante es la producción en esta industria y como se ve afectada por los productos de contrabando ingresados al país.

Este grupo de empresas reportan una evolución industrial significativa para el país dado que en Bogotá D.C. se encuentra el 27% del empleo que se genera las actividades textiles y confecciones del país (UniPymes, 2013).

A nivel de las confecciones, como se aprecia en la Figura 12, las cifras de producción inician en enero del año 2017 con un -1.7% para luego indicar un descenso a marzo de 2017 con un -2.2%. Igual comportamiento se observa en el sector textil donde en enero de 2017 inició con un -2.1% y en marzo logró un ascenso a -1.4%. El promedio del aporte para los textiles fue de -1.1% y el promedio en el área de confecciones fue del -4.1% (Clavijo, 2017).

Figura 11. Evolución de la producción industrial de textiles y confecciones: 2016-2017



Fuente: Clavijo (2017).

Al finalizar el año 2017 la variación de valor agregado para la preparación e hilaturas y tejedura de productos textiles fue de -7.6%, para la fabricación de otros productos textiles fue de -6.8% y para la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir fue de -8.3%, lo cual da un promedio para estos tres rubros de -7.6%.

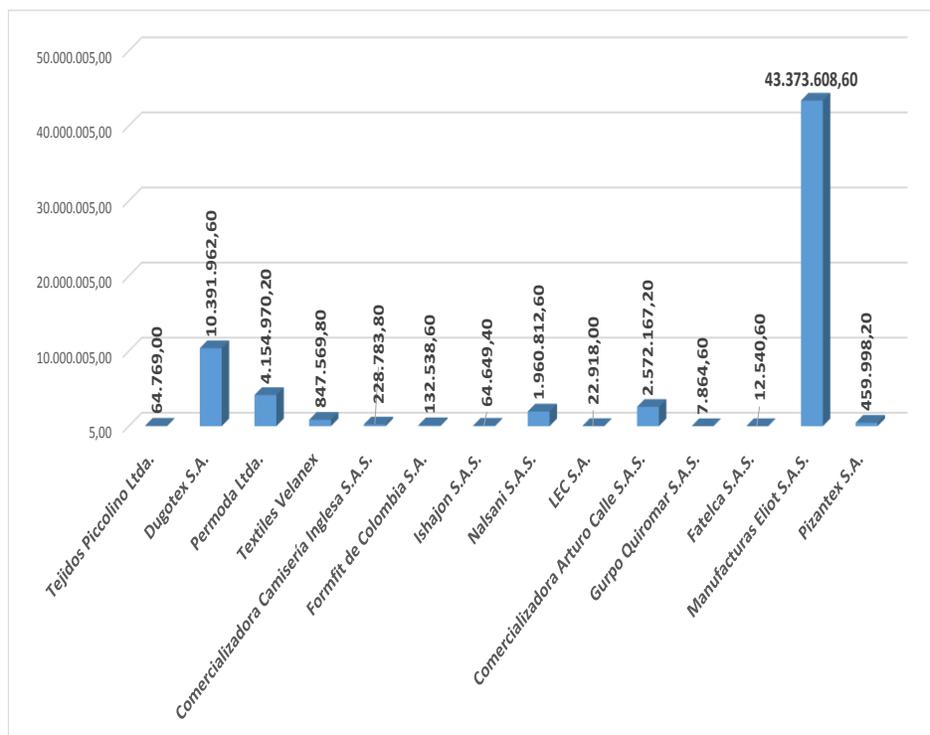
Estas variaciones negativas con tendencia a la baja se dan principalmente como resultado del contrabando que, según la Cámara de la Cadena de Algodón, Fibras, Textil y Confecciones de la Andi, en el año 2016 "ingresaron 388 millones/m² de textiles a precios bajos de los cuales 18 millones/kl fueron de confecciones, 37 millones/kl de hilados y 18 millones en fibras (Asociación Nacional de Industriales, 2017).

Teniendo en cuenta que las variaciones de la producción textil han sido negativas, las empresas del clúster de Bogotá al estar en una etapa de crecimiento como conglomerado deben tomar medidas contundentes para no verse afectados por la llegada de los productos de contrabando, por consiguiente es de vital importancia determinar cuáles son las compañías más relevantes que conforman el clúster textil Bogotano impulsado por la cámara de comercio y cuáles son las exportaciones que generan. Todo esto con el fin de conocer cuál es la influencia que tienen estas empresas dentro del clúster y medir su crecimiento en cifras porcentuales.

Al tomar la información publicada en la página Veritrade Corp. (2018) que se configura como una plataforma digital de la información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo, y teniendo en cuenta la selección de las 14 empresas que conforman el clúster para la exportación de prendas de vestir con registro actualizado en la Cámara de Comercio de Bogotá, en la Figura 13 se describe el comportamiento de las

exportaciones entre los años 2013 y 2017 que para dichas empresas sumó un total de US64.295.153,20.

Figura 12. Clúster textil bogotano



Fuente: elaboración propia con base en la información de la Cámara de Comercio de Bogotá (2018).

En la gráfica anterior se evidencia que las tres empresas líderes del clúster textil bogotano registradas como vigentes en la Cámara de Comercio a marzo de 2018 que más exportaciones realizaron en el periodo 2013-2017 fueron: Manufacturas Eliot S.A.S. con exportaciones por US43.373.608,60; Dugotex S.A. con US10.391.962,60; Permoda Ltda. con US4.154.970,20; Comercializadora Arturo Calle S.A.S. con US2.572.167,20; Nalsani S.A.S. con US1.960812,60. Las demás empresas tuvieron exportaciones entre US7.864,60 del Grupo Quiromar S.A.S. y US<1.000.000 para las ocho empresas restantes.

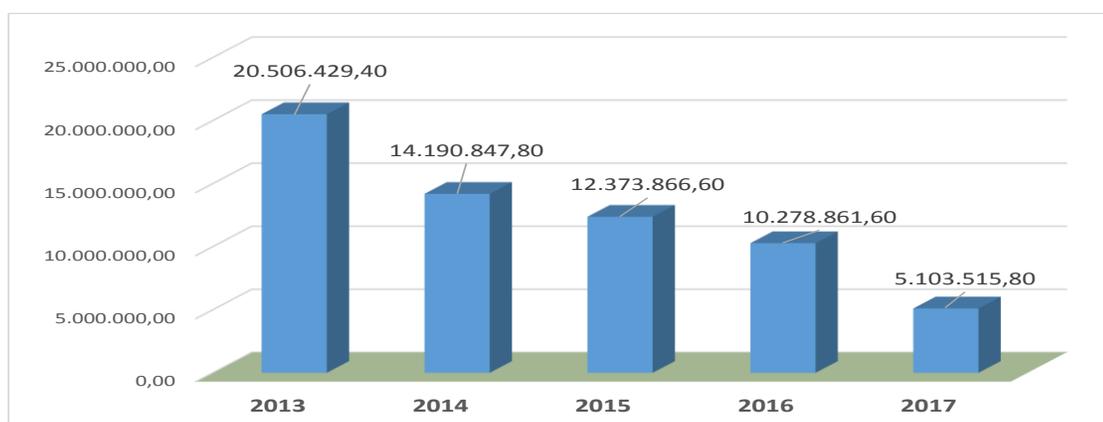
En la Tabla 2 se aprecia el comportamiento de las exportaciones de las cinco empresas más representativas que conforman el clúster textil de Bogotá D.C. y en la Figura 145 se aprecia el promedio del comportamiento por año de estas cinco empresas.

Tabla 2. Comportamiento de las exportaciones en miles de US

	Manufacturas Eliot S.A.S.	Dugotex S.A.	Permoda Ltda.	Comercializadora Arturo Calle S.A.S	Nalsani S.A.S.
2013	56.038.866,00	31.658.141,00	9.028.724,00	3.016.226,00	2.790.190,00
2014	51.513.105,00	10.637.991,00	3.815.203,00	2.375.381,00	2.612.559,00
2015	49.476.536,00	4.699.480,00	2.932.055,00	2.581.966,00	2.179.296,00
2016	40.681.369,00	3.614.987,00	3.010.010,00	2.458.385,00	1.629.557,00
2017	19.158.167,00	1.349.214,00	1.988.859,00	2.428.878,00	592.461,00

Fuente: elaboración propia con base en la información de la página Veritrade Corp. (2018).

Figura 13. Comportamiento de las exportaciones: 2013-2017



Fuente: elaboración propia con base en la información de la página Veritrade Corp. (2018).

En la gráfica se puede evidenciar que la tendencia está a la baja en las exportaciones del clúster textil de la capital. Relacionando estos resultados con los hallazgos de la Figura 4 se puede inferir que la gran crisis económica de las exportaciones vivida en el año 2008 y que repercutió hasta el año 2012, se evidencia que aún el sector textilero no se recupera.

De tal manera es necesario que el Estado y los demás entes que conforman el clúster se enfoquen en mejorar de manera continua a través de estrategias que conlleven a una mayor innovación para lograr estabilizar el sector.

El modelo del clúster prendas de vestir en la ciudad de Bogotá aun presenta algunas debilidades por el poco tiempo de trayectoria a comparación de otras conglomeraciones de este estilo en diferentes regiones del país como Medellín, por lo tanto se puede decir que al realizar la comparación entre el clúster textil local respecto al mercado regional que compite fuertemente con dicha industria, se tiene que en Colombia los clúster industriales se agrupan en actividades altamente especializadas pero con un catálogo limitado en el número de productos y/o procesos (Botero, 2014).

Siguiendo en este razonamiento, de otra parte y respecto a las las ventajas competitivas para la internacionalización del clúster textil se elabora la siguiente matriz DOFA.

Tabla 3. Matriz DOFA

Internas	
Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> - El poco bagaje del clúster textil por llevar solo nueve años y presentar información válida de los últimos cinco años de exportaciones. - La ausencia de infraestructura y tecnología de avanzada que contribuye a elevar los costos de los productos y por ende las utilidades son menores. - Carencia de personal calificado frente a las necesidades del sector. - Falta de un plan de desarrollo a largo plazo (administración, producción y comercialización). - Informalidad. - Los clúster textiles de Colombia cuentan con un catálogo limitado en el número de productos y/o procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Actualmente la industria se ha esforzado por desarrollar habilidades donde comercializa productos de valor agregado (calidad, precio). - Elevada capacidad productiva del sector. - El clúster textil está innovando en procesos y productos viables comercialmente para su exportación. - Desarrollo de iniciativas de mercadeo propias según el producto. - Versatilidad en tejidos a precios razonables. - Se cuenta con diseñadores y visiones de moda de vanguardia. - El sector textil atiende a un mercado regional constante. - Poder negociador de clientes y proveedores. - Creciente importancia de la logística y las TIC como motor competitivo del sector.

Externa	
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Rivalidad interna del sector para las exportaciones. - Entrada al país de productos textiles de marca que compiten con calidad y precio. - Incremento de la competencia a escala mundial de nuevos países con ventajas en los costos. - Cambios socioeconómicos y políticos. - La falta de reciprocidad de otros países con respecto a la compra de productos textiles colombianos. - El ingreso a Colombia de contrabando de textiles a precios bajos. - Bajo costo de materia prima y productos terminados provenientes de la China. - Las fluctuaciones del dólar. - Revaluación del peso. - Abastecimiento de materias primas que requieren ser importadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deslocalización de la producción de otros países hacia Colombia. - Colombia es reconocida internacionalmente como un país fuerte en la región en el sector textil. - Aprovechar los diferentes tratados de libre comercio para impulsar el sector textil. - En Colombia los clúster industriales se agrupan en actividades altamente especializadas. - Se cuenta con empresas líderes e impulsoras del sector. - Algunas ciudades de Colombia una vez al año realizan de promoción local e internacional del sector textil. - Se cuenta con la experiencia de entidades públicas y privadas con éxito en el sector textil, confecciones y moda. - Aporte de empleo para el país. - Visualización de los productos con técnicas, tejidos, materias primas autóctonas de Colombia que podrían vender mejor el producto nacional.

Tabla 4. Estrategias de minimización y neutralización DOFA

Debilidades	Planes de acción
El poco bagaje del clúster textil por llevar solo nueve años y presentar información válida de los últimos cinco años de exportaciones.	Se requiere capacitación de los empresarios del sector del clúster textil bogotano teniendo en cuenta las experiencias de países líderes como la India la cual cuenta con más de más de 6.400 clúster textiles (Gulati (2010)).
La ausencia de infraestructura y tecnología avanzada que contribuye a elevar los costos de los productos y por ende las utilidades son menores.	Dado que el sector textil realiza un aporte importante al PIB, el gobierno nacional debería destinar los recursos suficientes para inyectar en las TIC'S y brindar apoyo a los empresarios del sector.
Carencia de personal calificado frente a las necesidades del sector.	Las instituciones de educación superior deben implementar programas de pregrado a nivel de textiles, confecciones, diseño y moda.
Falta de un plan de desarrollo a largo plazo (administración, producción y comercialización).	Los empresarios del sector textil deben contar con apoyo no solo del Estado sino también de la empresa privada que conforman el contexto textil colombiano.
Informalidad.	Los empresarios deben ajustarse a las normas exigidas para desarrollar su actividad económica bajo los estándares legales.
Los clústers textiles de Colombia cuentan con un catálogo limitado en el número de	Para lograr la innovación de productos textiles, los empresarios deben capacitarse

productos y/o procesos.

en nuevas tecnologías que les permitan proyectar sus negocios en el clúster textil exportador.

Amenazas	Planes de acción
-----------------	-------------------------

Rivalidad interna del sector para las exportaciones.
--

Los empresarios deben buscar estrategias de comercialización en las exportaciones bajo el lema de calidad y precio.

Amenazas	Planes de acción
Entrada al país de textiles de marca que compiten con calidad y precio.	Los empresarios deben pretender innovar en sus productos textiles para ganar el mercado de las marcas reconocidas y para ello se requiere invertir en investigaciones.
Incremento de la competencia a escala mundial de nuevos países con ventajas en los costos.	Lograr mantener con estrategias de márketing los mercados actualmente abastecidos y aprovechar los TLC que Colombia suscriba con otros países.
Cambios socioeconómicos y políticos.	Diseñar estrategias a corto, mediano y largo plazo que permitan minimizar estas contingencias.
La falta de reciprocidad de otros países con respecto a la compra de productos textiles colombianos.	Este aspecto depende de las condiciones en que el gobierno nacional suscriba los TLC con otros países por lo que se requiere el fortalecimiento del sector mediante agremiaciones que cuiden los intereses de los productores textiles nacionales.
El ingreso a Colombia de contrabando de textiles a precios bajos.	Aprovechar las estrategias que el gobierno ha tratado para minimizar el impacto del contrabando textil, fortaleciendo el intercambio de información entre países respecto a los proveedores en el exterior, valores de la importación de textiles, legalidad del agente aduanero que adelanta el proceso así como del importador del producto textil.
Bajo costo de materia prima y productos terminados provenientes de la China.	Es bien sabido que los productos Chinos en su gran mayoría carecen de calidad dado sus bajos precios y poca durabilidad, por lo que

Amenazas	Planes de acción
	los textiles colombianos deben aprovechar dichas debilidades para fortalecer sus productos vendiendo una imagen de calidad y durabilidad a precios asequibles.
Las fluctuaciones del dólar.	Los productores de textiles deben realizar la respectiva apropiación de una partida presupuestal que les permita afrontar esta
Revaluación del peso.	contingencia financiera.
Abastecimiento de materias primas que requieren ser importadas.	El clúster textil de Bogotá debe analizar la posibilidad de crear un centro de fabricación de materiales inteligentes que además de ayudar a abastecer la industria textil, se convertiría en una fortaleza más para proyectar el producto textil nacional con innovaciones tecnológicas.

Fuente: elaboración propia (2018).

Finalmente y para determinar las proyecciones del clúster textil, los hallazgos antes descritos permiten definir ocho estrategias claves:

- Crecer como un único bloque del sector textil mediante una cadena de valor global.
- Diseñar e implementar estrategias que permitan al clúster textil capitalino ser un referente a nivel internacional aprovechando la actual experiencia de las exportaciones con algunos países de la región como un alto valor agregado a los productos.
- El principal objetivo estratégico a mediano plazo debe ser la eficiencia y la innovación en productos textiles que permitan proyectar el sector hacia mercados más

exigentes.

- Utilizar la competitividad como un elemento diferencial del sector textil lo cual se logra con productos de alta calidad, durables y a precios asequibles contrarrestando la masiva competencia de productos textiles de menores estándares de calidad.

- Visualizar la necesidad de que las instituciones de educación superior formen personal especializado en temas como los textiles, confecciones, diseño y moda para lograr la innovación en el sector a través de la investigación de nuevos insumos textiles aprovechando las materias primas y los procesos autóctonos.

- Utilizar como estrategia de márketing para el mundo de la moda internacional, en eventos como Milán, Paris, Nueva York, el desarrollo, proceso y uso de materias primas propias en los productos hechos a mano valorando e impulsando así el esfuerzo de diversas comunidades.

- Fortalecer diversas estrategias de márketing para el clúster textil bogotano identificando y posicionando el sector en los mercados de oportunidad a nivel global.

- La sostenibilidad del sector al largo plazo solo se alcanza mediante el logro de una acertada identidad de negocios con perspectivas globales.

Capítulo VI: Discusión de Resultados

En esta investigación se encontró que la industria textil colombiana no vive sus mejores momentos y el clúster textil bogotano no es la excepción. La mayor explicación a este fenómeno se da por el bajo impacto que han tenido las campañas anti contrabando para frenar la llegada masiva de textiles y confecciones de Asia a precios que no dan margen de competencia a los productos nacionales. Cabrera (2017) analiza este fenómeno y concluye

que los esfuerzos e inversiones realizadas por las empresas textiles en búsqueda de modernizarse y lograr aumentar mejor productividad es difícil ya que es imposible competir con prácticas desleales como el dumping (vender por debajo del costo de producción), o ilegales como el contrabando mediante la subfacturación de importaciones.

Desafortunadamente el empresario colombiano nunca se preparó para ser más innovador y competitivo no solo a nivel local y nacional sino también para saber enfrentar los retos de la internacionalización del negocio textil.

Un estudio llevado a cabo por Páez (2014) explica que los empresarios no previeron que la baja capacitación, la falta de tecnología, la ausencia de recursos innovadores y de emprendimientos encaminados a buscar nuevas alternativas de producción, fueran los puntos más débiles que pondrían en riesgo su negocio.

Además del hecho de que "Colombia sea un país de pocas oportunidades pero con muchas alternativas para ofrecer, pero desafortunadamente actualmente no puede competir con los gigantes de la industria mundial: la India y los países asiáticos" (Criado, 2017, p.1).

Sin embargo y dados los grandes esfuerzos de algunos productores textiles, los productos colombianos han iniciado una campaña exportadora de grandes méritos y exitosa en lo que respecta a "ropa casual de algodón para hombre, mujer y niño, ropa interior y vestidos de baño. El principal mercado ha sido Estados Unidos, pero durante los últimos años, han aumentado las ventas en otros países de Latinoamérica y a la Comunidad Europea" (Colombiatex, 2017, p.2).

Un estudio desarrollado por Gutiérrez, Amador y Rafael (2011) revela que los clúster textiles latinoamericanos presentan fuertes debilidades que incluyen la falta de capacidad de asociatividad e integración para producir así como la falta de capital para su

desarrollo, otro factor que puede influir en el desarrollo de la iniciativa clúster textil bogotano es el limitado uso de tecnologías, lo que conlleva a desarrollar diferentes planes con los cuales se logre el correcto alcance a mercados internacionales.

Por ello los clúster textiles deben conformarse bajo políticas que les permitan saber enfrentar "los cambios mundiales y las múltiples dinámicas de los negocios que llevan a la industria textil y de moda a examinar los problemas de orden global que pueden transformarse en oportunidades para generar productos o servicios con valores agregados que respondan a las exigencias del consumidor actual" (Colombiatex, 2018, p.1).

Un aspecto positivo con el que cuentan los clúster nacionales es la conformación de redes de negocios regionales que han permitido la democratización de los productos propios y a la vez, han funcionado en buena medida como un medio para vender y dar a conocer en el exterior textiles y confecciones propios de cada región.

Sin embargo esta circunstancia también ha requerido de nuevos esquemas de desarrollo empresarial para la identificación de nuevos mercados potenciales. Uno de los problemas que conlleva es el competir con países de economías de escala, cuyos niveles de producción se basan en "grandes lotes manufactureros que permiten un mayor aprovechamiento de los recursos, factor determinante al momento de plantear sus estrategias competitivas, además de que se incentiva la inversión extranjera para activar el desarrollo necesario para conseguir que las empresas sean de talla mundial" (Barajas & Oliveros, 2013, p.4).

La Vicepresidencia de Competitividad y Valor Compartido de la Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir de Bogotá ha trazado una serie de estrategias para enfrentar la

problemática que genera una desaceleración a la productividad textil de la capital, dentro de las cuales un esfuerzo para conformar la agenda de desarrollo productivo en dos direcciones: La primera es la Estrategia de Especialización Inteligente y la segunda radica en las Iniciativas Clúster, siendo estas últimas las más viables para lograr las exportaciones de los productos textiles. (Llinás, 2017).

Según González (2018), las iniciativas en este sentido deben pretender a encaminar a las diferentes compañías hacia prácticas laborales más eficientes con el objetivo de identificar los procesos que no aportan valor y de esta manera simplificar las cadenas productivas.

De acuerdo el director de la Cámara Colombiana de la Confección, las exportaciones son un aspecto clave que el Gobierno tiene que estimular para reactivar el sector. Los clúster textiles son una forma de impulsarlas en conjunto con las iniciativas privadas (Duque, 2017).

El Instituto de Investigación Textil AITEX de España y la Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir de Bogotá han liderado convocatorias de productores del sector textil para la socialización de la actualización de un plan de negocios que les permita llegar a los mercados internacionales mejor preparados. Esta socialización tiene las siguientes metas:

Se espera tener una evaluación del desempeño del sector textil - confección en Colombia; análisis del nivel de cumplimiento de las iniciativas planteadas en el Plan de Negocio; prospectiva y vigilancia tecnológica del sector a nivel mundial en el corto, mediano y largo plazo; identificación de necesidades y definición de una nueva hoja de ruta; definición de un proyecto bandera para el sector e indicadores para hacer seguimiento, control y medición de avances. Este será un insumo para

las empresas del sector, de hacia dónde enfocar su estrategia y empeño, alineado con los esfuerzos institucionales de apoyo al sector (AITEX e Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir, 2016, p.3).

En general, los hallazgos de esta investigación han permitido determinar que la estrategia clúster como modelo de desarrollo económico para el sector textil de la capital resultan viables, sin embargo los productores que deseen exportar con este modelo deben prepararse para enfrentar los retos que ello implica.

Por ello se hace necesario que a estos empresarios se les capacite, asesore y reciban apoyo para lograr alcanzar la meta; existen varios casos de éxito de generación de clústers para mejorar la situación del sector de confecciones y producción textil en el país, y de esta manera se observe el aumento en los niveles de productividad, de generación de empleo y de expansión económica a nivel nacional para proyectarse internacionalmente.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

Al examinar la industria textil durante esta investigación nos indica que en cuanto al posicionamiento en otros tipos de mercados a nivel internacional, se destaca que el clúster textil de Bogotá se encuentra en una etapa inicial y por ello debe prepararse para enfrentar los retos que le esperan. Sin embargo, cuenta con el apoyo de la Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir de la Cámara de Comercio de Bogotá la cual adelanta políticas en pro del sector textil, confecciones y moda. Con base a esto se puede determinar que con la ayuda de la Cámara de Comercio de Bogotá, el clúster textil puede ser una herramienta viable para lograr una internacionalización adecuada.

Por ello se recomienda a los productores textiles de la capital hacer uso de las

herramientas que dispone la Cámara de Comercio de Bogotá y demás actores del modelo clúster para desarrollar ideas novedosas que les permitan ser más competitivos y de esta manera llegar a mercados internacionales a través de la internacionalización, utilizando como herramienta el clúster textil.

Al evaluar el potencial del mercado internacional a partir del entorno del clúster textil bogotano se encuentran oportunidades de comercio a través de los TLC, afianzando relaciones comerciales con potencias mundiales mediante políticas encaminadas a fortalecer el tejido regional de las exportaciones textiles, confecciones y moda, al aprovechar experiencias de países vecinos con mayor trayectoria.

Sin embargo es claro que el apoyo del Estado resulta fundamental para alcanzar las metas de exportación de los productos del clúster textil bogotano y es una misión del gobierno establecer reglas de juego claras y contundentes para eliminar el contrabando de estos productos que llega de los países en donde se producen a muy bajo precio y que ingresan ilegalmente con práctica nociva como el *dumping*.

Finalmente, en esta investigación se encontraron las siguientes fortalezas del clúster textil bogotano para poder tener una internacionalización adecuada: se encuentra preparado para desarrollar habilidades de exportación de productos de valor agregado (calidad, precio); elevada capacidad productiva del sector; el clúster textil está innovando en procesos y productos viables comercialmente para su exportación; desarrollo de iniciativas de mercadeo propias según el producto; versatilidad en tejidos a precios razonables; se cuenta con diseñadores y visiones de moda de vanguardia; el sector textil atiende a un mercado regional constante que le permite ganar experiencia para desarrollar el modelo

clúster en las exportaciones a otros continentes mediante la internacionalización; poder negociador de clientes y proveedores; además de la creciente importancia de la logística y las TIC como motor competitivo del sector.

Para ello se sugiere que los empresarios trabajen en temas esenciales como: capacidad de asociatividad e integración para producir, consecución de capital para su desarrollo, aumentar el uso de tecnología asociado, aumentar y propiciar espacios de capacitación y calificación de cuadros gerenciales y operativos eficientes.

De esta forma se puede afirmar que el presente estudio permitió responder la pregunta de investigación respecto a que es necesario desarrollar el clúster textil de Bogotá como herramienta para alcanzar una internacionalización adecuada, de igual manera los productores de este sector deben prepararse para vencer las barreras que implica expandirse en un mercado tan competitivo y asimismo poder posicionar sus productos a nivel internacional.

Capítulo VIII: Referencias

AITEX e Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir. (2016). Plan de Negocio para el sector textil y confecciones en Colombia. *Blog CCB Noticias*;1-8. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2016/Mayo/Plan-de-Negocio-para-el-sector-textil-y-confecciones-en-Colombia>.

Asociación Nacional de Industriales. (2017). Contrabando corta el hilo al sector textil-confección del país. *Diario El Colombiano*;1-6. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/negocios/contrabando-corta-el-hilo-al-sector-textil-confeccion-del-pais-KE6969914>.

Asociación Nacional de Industriales. (2017). Hilando delgado: así le va a la industria textil colombiana. *Revista Dinero*;1-25. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/industria-textil-se-discute-en-el-marco-de-colombiamoda/246284>.

Backhouse, R. & Bateman, B. (2014). *John Maynard Keynes: Un capitalista revolucionario*. México: Fondo de Cultura Económica. p. 1-137.

Banco del Conocimiento y la Confección Textil. (2015). Cifras generales del sector textil y

confecciones en los mercados nacionales e internacionales. *Blog LegisComex*;1-2. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/C/cifras-generales-colombia-sector-textil-confecciones-actualizacion/cifras-generales-colombia-sector-textil-confecciones-actualizacion.asp?CodSubseccion=392&Codseccion=205&numArticulo=65462>.

Barajas, L. & Oliveros, D. (2013). El clúster como modelo factible para el desarrollo del sector confecciones-diseño de moda en Bucaramanga, Colombia. En: *Memorias del XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*. Bucaramanga: Universidad Autónoma. p. 1-15.

Barrientos, P. (2011). El clúster en la estrategia de marketing internacional. *Semestre Económico*;14(28):49-66. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v14n28/v14n28a4.pdf>.

Beltrán, L. (2018). Breve reseña de la iniciativa del clúster textil de Bogotá. *Blog CCB*;1-5. Recuperado de <http://www.ccb.org.co>.

Botero, C. (2017). Las empresas colombianas Crystal y Manufacturas Eliot son las líderes en confecciones. *Diario Económico La República*;1-5. Recuperado de <https://www.larepublica.co/empresas/crystal-y-eliot-son-las-lideres-en-confecciones-2529904>.

Botero, L. (2014). La estrategia clúster de Medellín genera y afianza nuevas industrias. *Diario El Colombiano*;1-5. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/la-estrategia-cluster-de-medellin-genera-y-afianza-nuevas-industrias-AL739064>.

Cabrera, M. (2017). La crisis del sector textil. Análisis. *Revista Portafolio*;1-4. Recuperado de <http://www.portafolio.co/opinion/mauricio-cabrera-galvis/la-tesis-del-sector-textil-analisis-508883>.

Cálad, L. (2017). Puntadas y cortes que debe dar el sector textil en 2017, para seguir vigente. *Diario Colombiano*;1-7. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/negocios/sector-textil-confeccion-desafios-y-retos-LI5831184>.

Cálad, L. (2017). Cámara del Algodón, Fibras, Textiles y Confecciones. *Diario El Colombiano*;1-19. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/negocios/contrabando-corta-el-hilo-al-sector-textil-confeccion-del-pais-KE6969914>.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). Clúster Bogotá prendas de vestir. *Blog CCB*;1-21. Recuperado de <http://www.ccb.org.co>.

Cámara de Comercio de Medellín. (2014). Datos de interés: Cluster Textil / Confección,

- Diseño y Moda (actualización - diciembre 2013). *Blog CCM*;1-4. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Noticias/Cluster-textil-confeccion-diseno-y-moda.aspx>.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2016). Segmentación y caracterización de la industria de la moda de Bogotá. *Biblioteca Digital CCB*;1-224. Recuperado de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19100/Segmentaci%C3%B3n%20y%20caracterizaci%C3%B3n%20de%20la%20industria%20de%20la%20moda%20de%20bogot%C3%A1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2016). Glosario Estrategias Clúster. *Blog CCM*;1-3. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad/Comunidad-Cluster/Glosario-de-Estrategias-Cluster.aspx>.
- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa. Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores*. Madrid: McGraw-Hill. p. 1-186.
- Carmona, R. (2008). Competitividad y retos en la productividad del clúster textil-confección, diseño y moda en Antioquia. *Revista Ciencias Estratégicas*;16(20):247-263. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2991261.pdf>.
- Clavijo, S. (2017). La cadena de la moda: desempeño 2016 y perspectivas 2017. *Centro de Estudios Económicos ANIF*;1-2. Recuperado de

<http://anif.co/sites/default/files/may22-17.pdf>.

Colombiatex. (2017). Memorias pabellón del conocimiento. *Blog Colombiatex*;1-12. Recuperado de <https://colombiatex.inexmoda.org.co/inicio/espacios/pabellon-del-conocimiento/memorias-23-enero/>.

Colombiatex. (2017). Los duros de la innovación en la industria textil colombiana. *Revista Dinero*;1-27. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/empresas-de-industria-textil-mas-innovadoras-de-colombia/241550>.

Colombiatex. (2018). Colombiatex demostró que hay interés internacional en textiles colombianos. *Blog Revista Dinero*;1-23. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/colombiatex-impulso-pactos-comerciales-internacionales/254807>.

Colombiatex. (2018). Alianza Inexmoda: Fashion Snoops. *Blog Colombiatex*;1-12. Recuperado de <https://colombiatex.inexmoda.org.co/>

Conde, J. (2009). La innovación como determinante de competitividad en la industria textil-confecciones: el caso de Corea y Colombia. *Trabajo de grado (Administrador de Empresas)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. p. 1-96.

Criado, G. (2017). Industria de la confección pide igualdad de condiciones para competir.

Diario El Espectador;1-6. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/industria-de-la-confeccion-pide-igualdad-de-condiciones-para-competir-articulo-696207>.

Daniels, J.; Radebough, L. & Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y relaciones*. 12 ed. México: Pearson. p. 1-699.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2014). Estudios económicos y financieros sector textil Colombia. Bogotá: DANE. p. 1-15.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). Valor agregado sector industrias manufactureras a precios constantes - Series Desestacionalizadas - III Trimestre de 2017. Cifras Revisadas a noviembre 15 de 2017. *Blog DANE Cuentas Nacionales Trimestrales - Producto Interno Bruto*;1-2. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>.

Díaz, D. (2013). Crisis en Venezuela agrava falta de pagos a Zona Libre. *Blog Revista Panamá*;1-6. Recuperado de <http://www.panamaamerica.com.pa/content/crisis-en-venezuela-agrava-falta-de-pagos-zona-libre>.

Díaz, J. (1999). *Macroeconomía: primeros conceptos*. Madrid: Antoni Bosch Editor. p. 1-496.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2008). Resolución 00432: por medio de la cual se establece la nueva clasificación de Actividades Económicas. *Diario Oficial*. Bogotá;48298:1-330.

Duque, J. (2017). Brasil sería la oportunidad del sector textilero. *Blog CCB Noticias*;1-12. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2017/Diciembre/Brasil-seria-la-oportunidad-del-sector-textilero>.

Eetgerink, F. (2017). La economía se dinamiza a través de los clúster. *Revista Semana*;1-29. Recuperado de <http://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/la-economia-se-dinamiza-a-traves-de-los-cluster/541353>.

Ellis, P. (2000). Social ties and foreign market entry. *Journal of International Bussines Studies*;31(3):443-469. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/155651?seq=1#page_scan_tab_contents.

EnColombia. (2014). Industria textil. *Blog EnColombia*;1-12. Recuperado de <https://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>.

FashionUnited Group. (2017). Estadísticas de la industria de la moda en Colombia. *Blog FasionUnited*;1-2. Recuperado de <https://fashionunited.co/estadisticas-de-la-industria-de-la-moda-en-colombia>.

García, L. (2013). Diferencias entre el clúster textil Medellín y Bogotá. *Revista Suma de*

- Negocios*;2(2):1-6. Recuperado de http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/02-textil.pdf.
- Gómez, E. (2017). Cifras demuestran que no hay crisis en el sector textil-confección. *Diario El Colombiano*;1-18. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/no-hay-crisis-en-el-sector-textil-confeccion-de-colombia-andi-y-camara-de-comercio-NL7148294>.
- Gonzalez, T. (2018). La industria textil colombiana apuesta por ‘Lean Manufacturing’. *Blog CCB Noticias*;1-6. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/20182/Marzo-2018/La-industria-textil-colombiana-apuesta-por-Lean-Manufacturing>.
- Grupo Inercia Valor (2016). El sector textil: entre innovación y contrabando. *Blog Sectorial*;1-4. Recuperado de <https://www.sectorial.co/informativa-textil-y-confecciones/item/51869-el-sector-textil-entre-innovaci%C3%B3n-y-contrabando>.
- Grupo Inercia Valor. (2017). Contrabando, la camisa de fuerza del sector textil y confecciones. *Blog Sectorial*;1-5. Recuperado de <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/95980-contrabando,-la-camisa-de-fuerza-del-sector-textil-y-confecciones>.

Guerra, A. (2002). *Globalización e integración latinoamericana*. Guatemala: Siglo XXI Editores. p. 1-295.

Gulati, M. (2010). Clusters in India. *Cluste Observatory*;1-36. Recuperado de <http://www.clusterobservatory.in/pub/cii.pdf>.

Gutiérrez, A; Amador, M. & Rafael, E. (2011). Competitividad de los clúster Perú México. *Revista QUIPUKAMAY*;18(35);221-236. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/319661225_COMPETITIVIDAD_DE_LOS_CLUSTER_TEXTIL_PERU_MEXICO.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 5 ed. México: McGraw-Hill. p. 1-600.

Henríquez, C. (2015). Optimismo en la industria textil colombiana. *Revista Dinero*;1-23. Recuperado de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/balance-industria-textil-confecciones-durante-colombiatex-2015/205218>.

Henríquez, C. (2016). Repuntan las ventas de ropa nacional. *Diario El Tiempo*;1-4. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16549912>.

Inexmoda. (2012). Cadena del Sector textil-confección y su dinámica económica. *Blog Sura*;1-23.

<https://www.sura.com/estrategiasComerciales/documentos/pdf/informeSectorial-sistemaModa.pdf>.

Johanson, J. & Mattsson, L. (1988). Internationalization in industrial system. A Network Approach. En Hood, N. & Vahlne, J. (eds). *Strategies in Global Competition*. London: Croom Helm, p. 287-314.

Kieny, K. (2017). El complejo estado de la industria textil en Bogotá. *Blog Moda*;1-4. Recuperado de <https://www.kienyke.com/tendencias/moda/industria-textil-bogota>.

Ladino, M.; Ruiz, S. & Rodríguez, D. (2016). Estrategias para la internacionalización del clúster del sector textil-confección de Bogotá: una perspectiva desde la localidad de Puente Aranda. *Trabajo de grado (Profesional en Finanzas y Comercio Internacional)*. Bogotá: Universidad de La Salle. p. 1-66.

Leal, A. (2013). Productividad del sector textil. Propuesta de creación de un clúster para el sector. *Trabajo de grado (Administrador de Negocios Internacionales)*. Bogotá: Universidad del Rosario. p. 1-49.

Llinás, M. (2017). La Iniciativa Clúster de Prendas de Vestir alineada con los retos del sector. *Blog CCB Noticias*;1-8. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2017/Diciembre/La-Iniciativa-Cluster-de-Prendas-de-Vestir-alineada-con-los-retos-del-sector>.

Lugo, J. (2007). Internacionalización empresarial, globalización y competitividad. *Blog Gestiopolis*;1-32. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/internacionalizacion-empresarial-globalizacion-y-competitividad/>.

Maldonado, J. (2014). Estrategia empresarial, su formulación, planeación e implementación. *Blog Gestiopolis*;1-346. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>.

Martínez, A. (2008). Colombia and Venezuela: economic performance, exchange rate and state-business relations. *Revista de Economía Institucional*;10(19):265-291. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v10n19/v10n19a11.pdf>.

Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrid: Díaz de Santos. p. 1-498.

Ministerio de Comercio Exterior. (2010). Política nacional para la productividad y competitividad. *V Encuentro para la productividad y la Competitividad*;1-242. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=48502&name=TOTAL.PDF&prefijo=file>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia. *Programa de Transformación Productiva*;1-305. Recuperado de <https://www.ptp.com.co/documentos/Plan%20de%20Negocios%20Cosmeticos%20y%20Aseo.pdf>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). Decreto 1744. (2, noviembre). Por el cual se modifica parcialmente el arancel de aduanas. *Diario Oficial*. Bogotá;50045:1-2.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). Decreto 1745. (2, noviembre). Por el cual se adoptan medidas para la prevención y el control del fraude aduanero en las importaciones de confecciones y calzado. *Diario Oficial*. Bogotá;50045:1-7.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). El contrabando es una enfermedad para el sector textil: Mincomercio. *Blog Caracol Noticias Virtual*;1-10. Recuperado de http://caracol.com.co/emisora/2017/07/26/medellin/1501064739_156680.html.

Monroy, R. (2012). Estrategias e innovación del clúster textil - moda: un análisis de caso en Bogotá. *Revista Suma de Negocios*;2(1):1-11. Recuperado http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2012-v2-n1/04_textil_moda.pdf.

- Monsalve, O.; Chimone, S.; González, M. & Gómez, P. (2017). Contrabando textil en Colombia. *Blog Fundación de Estudios Superiores Comfanorte*;26-32. Recuperado de <http://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/download/113/166>.
- Moreno, A. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa interior femenina en Bogotá. *Trabajo de grado (Especialista en Gerencia de Proyectos)*. Bogotá: Universidad EAN. p. 1-240.
- Moreno, J. (2017). Sector textil en Colombia: un análisis de las importaciones y exportaciones entre los años 2008 a 2014. *Trabajo de grado (Especialista en Alta Gerencia)*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. p. 1-26.
- Pérez, A. (2009). Corea: un modelo asiático de internacionalización de mercados y su posible influencia en el sector textil colombiano. *Trabajo de grado (Administrador de Empresas)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. p. 1-92.
- Pérez, Y. (2014). Causas y efectos económicos del sector textil en Colombia por exportaciones de China. *Trabajo de grado (Especialista en Gestión de Desarrollo Administrativo)*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. p. 1-21.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Bogotá: Vergara Editores. p. 1-

1025.

Puerto, D. (2010). Globalization and entrepreneurial growth through internationalization strategies. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*;28:1-11. Recuperado <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025/4971>.

Quintero, D. (2010). ¿Internationalization with or Without Local Development?: A Matter of Strategy)?. *Revista Suma de Negocios*;1(2):73-89. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3025664.

Rennie, M. (1993). Born global. *The McKinsey Quarterly*;1-125. Recuperado de <https://www.questia.com/library/journal/1G1-15424561/born-global>.

Restrepo, S. & Herrera, C. (2009). Confecciones y Textiles: aún hay destinos inexplorados: algunas reflexiones de las oportunidades del mercado para sustituir exportaciones de destinos tradicionales a otros focos de la región. *Blog Observatorio de Moda RADDAR-INEXMODA*;1-140. Recuperado de <https://doczz.es/doc/45597/confecciones-y-textiles--a%C3%BAAn-hay-destinos-inexplorados>.

Revista Dinero. (2017). Sector textil-confección en jaque cuál es el futuro. *Dinero.com*;1-3. Recuperado de <http://www.dinero.com/Buscador?query=resultados%20del%20sector%20textil>.

- Rodríguez, G. (2013). Competitividad del clúster textil/confección, diseño y moda en Medellín. *Trabajo de grado (Economista)*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. p. 1-51.
- Rodríguez, R.; Mendoza, J. & Romo, E. (2014). La política fiscal y monetaria en Colombia: un análisis experimental desde la toma coordinada de decisiones. *Revista Tendencias*;15(1):145-172. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4820647.pdf>.
- Rodríguez, V. (2012). Conociendo sobre revisiones sistemáticas. *Rev Arch Col Med*;1(2):64-68. Recuperado de <http://colegiomedico.org/sv/conociendo-sobre-revisiones-sistematicas>.
- Rubert, J. & Fuentes, A. (2003). *La economía regional en el marco de la nueva economía*. España: Universitat Jaume I. p. 1-571.
- Saman, O. & Salamanca, D. (2012). Recomendaciones para la integración de la industria textil en la conformación del clúster. *Trabajo de grado (Administrador de Negocios Internacionales)*. Bogotá: Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario. p. 1-88.
- Sarmiento, S. (2014). Internationalization and global strategies for developing and emerging countries. *Revista Dimensión Empresarial*;12(1):111-138. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>.

Shuttleworth, M. (2008). Diseño de la investigación cuantitativa. *Rev Explorable*;1-36.

Recuperado de <https://explorable.com/es/disenio-de-la-investigacion-cuantitativa>.

Sistema Económico Latinoamericano y El Caribe. (2015). *Marcos Regulatorios en los mecanismos de integración subregional en América Latina y el Caribe: Armonización y Convergencia*. Caracas: SELA. p. 1-255.

Spencer, G. et. al. (2010). Do clusters make a difference? Defining and assessing their economic performance. *Regional Studies*;44(6):697-715. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00343400903107736>.

Superintendencia de Sociedades. (2012). Desempeño del sector textil confección 2008-2012. Informe. *Blog Supersociedades*;1-31. Recuperado de <https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>.

Tirole, J. (1988). *Theory of industrial organization*. Inglaterra: MIT Press. p. 1-479.

UniPymes. (2013). Iniciativa de desarrollo del clúster de prendas de vestir de Bogotá y Cundinamarca. *Blog Clúster*;1-4. Recuperado de <https://www.unipymes.com/iniciativa-de-desarrollo-del-cluster-de-prendas-de-vestir-de-bogota-y-cundinamarca/>.

Veritrade Corp. (2018). Tu plataforma digital de comercio exterior de LLatinoamérica y el mundo. *Blog VT Corp*;1-14. Recuperado de <https://www.veritradecorp.com/>.

Word Press. (2016). Motivación I: el nivel olvidado. *Blog El Placer de Aprender*;1-3. Recuperado de <https://elplacerdeaprender.wordpress.com/tag/piramide-de-maslow/>.