

2023

Propuesta de una herramienta que permita la internacionalización de las mipymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá D.C.

Juan Sebastián Duarte Rosero
Universidad de La Salle, Bogotá, jduarte04@unisalle.edu.co

Nicolas Díaz Cajamarca
Universidad de La Salle, Bogotá, ndiaz47@unisalle.edu.co

Diego Andres Urrego Jiménez
Universidad de La Salle, Bogotá, durrego09@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio

Citación recomendada

Duarte Rosero, J. S., Díaz Cajamarca, N., & Urrego Jiménez, D. A. (2023). Propuesta de una herramienta que permita la internacionalización de las mipymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá D.C.. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/697

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Finanzas y Comercio Internacional by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Propuesta de una herramienta que permita la internacionalización de las Mipymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá D.C

JUAN SEBASTIÁN DUARTE ROSERO

Código: 63182050

DIEGO ANDRES URREGO JIMENÉZ

Código: 63182036

NICOLAS DIAZ CAJAMARCA

Código: 63182013

Desarrollo de un proyecto de investigación disciplinar como requisito para optar por el título de profesional en:

FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL

ARIANE CORREAL ILLERA

Tutor

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ECONOMIA EMPRESA Y DESARROLLO SOSTENIBLE-FEEDS
FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL
Bogotá D.C
Marzo 2023

Resumen

El presente trabajo de grado se centra en analizar las necesidades y desafíos que enfrentan las Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del sector textil y confecciones en su proceso de internacionalización, ya que se ha identificado que estas empresas presentan falencias en esta actividad, además de diversas limitaciones. Esta problemática se investiga debido a la relevancia que tiene las MiPymes del sector textil confecciones en la economía del país, estas MiPymes conforman en un gran porcentaje la malla empresarial del país, y un crecimiento importante de esta lograrían un gran desarrollo en la economía nacional.

Para ello se lleva a cabo el desarrollo de una propuesta la cual permite la internacionalización de las MiPymes del sector textil, subsector confecciones, en la ciudad de Bogotá, ya que se considera que la expansión internacional es esencial para el crecimiento de estas empresas. Donde el objetivo principal es proponer un manual que permita la internacionalización para las MiPymes del sector textil y confecciones. Para alcanzar este objetivo, se realizaron tres fases donde la primera consta de un análisis de las MiPymes del sector textil, subsector confecciones con capacidad e interés de internacionalización; como segunda fase se analizará e identificará los procesos y requisitos necesarios para que una MiPyme pueda exportar, y como última fase consta en desarrollar el manual para la mejora de los procesos en las MiPymes con fin de ingresar al mercado internacional.

Para la elaboración del presente trabajo se llevará a cabo una consulta a expertos como parte de la metodología propuesta, la cual incluirá tanto información cuantitativa como cualitativa para identificar las principales falencias que enfrentan las MiPymes del sector textil y confecciones de Bogotá en su proceso de internacionalización. Se espera resolver la pregunta problema: “¿Qué necesita una MiPyme del sector textil para lograr su internacionalización?”, además de poder proporcionar un manual completo, pertinente, práctico, entendible y respaldado en información confiable, y de esa manera aportar al crecimiento y desarrollo de las MiPymes del sector a través de la internacionalización.

Abstract

This degree paper focuses on analyzing the needs and challenges faced by micro, small and medium-sized enterprises (MiPymes) in the textile and clothing sector in their internationalization

process, since it has been identified that these companies present flaws in this activity, in addition to various limitations. This problem is investigated due to the relevance of MSMEs in the textile sector in the economy of the country, these MSMEs make up a large percentage of the country's business network, and a significant growth of this would achieve a great development in the national economy.

To this end, the development of a proposal is carried out which allows the internationalization of MSMEs in the textile sector, clothing subsector, in the city of Bogotá, since international expansion is considered essential for the growth of these companies. The main objective is to propose a manual that allows internationalization for MSMEs in the textile and clothing sector. To achieve this objective, three phases were carried out in which the first consists of an analysis of MSMEs in the textile sector, clothing subsector with capacity and interest in internationalization; as a second phase, the processes and requirements necessary for an-SME to export will be analysed and identified, and as a final step, the manual for improvement will be developed.

For the elaboration of this work, a consultation of experts will be carried out as part of the proposed methodology, which will include both quantitative and qualitative information to identify the main shortcomings faced by MSMEs in the textile and clothing sector of Bogotá in their internationalization process. It is hoped to solve the question: "What does a Mipyme from the textile sector need to achieve its internationalization?" in addition to being able to provide a complete manual, relevant, practical, understandable and supported by reliable information, and thus contribute to the growth and development of MSMEs in the sector through internationalization.

INDICE CONTENIDO:

1. INTRODUCCIÓN	6
2. MARCO DE REFERENCIAS.....	10
2.1 TEORÍA DEL VALOR DEL TRABAJO Y LA VENTAJA ABSOLUTA DE ADAM SMITH.....	10
2.2 TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA DE DAVID RICARDO	11
2.3 MODELO DE UPPSALA DE JOHANSON Y WIEDERSHEIM (1975) Y JOHANSON Y VAHLNE (1977).....	12
3. METODOLOGÍA.....	13
4. RESULTADOS	15
4.1 SECTOR TEXTIL, SUBSECTOR CONFECCIONES CON CAPACIDAD E INTERÉS DE INTERNACIONALIZACIÓN.....	15
4.1.1 Sector textil	15
4.1.2 Matriz DOFA	22
4.2 PROCESOS Y REQUISITOS NECESARIOS PARA QUE UNA MIPYME PUEDA EXPORTAR.	28
4.2.1 Antes de exportar	29
4.2.2 Al momento de exportar.....	40
4.2.3 Después de exportar	43
4.3 DESARROLLO DE UN MANUAL PARA LA MEJORA EN LOS PROCESOS DE LAS MIPYMES.	45
5. CONCLUSIONES.....	49
6. REFERENCIAS.....	51

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1 Clasificación de empresas según sus ingresos	7
Tabla 2: Matriz DOFA.....	22
Tabla 3: Nomenclatura arancelaria.	31

INDICE DE ILUSTRACIONES:

Ilustración 1 Mecanismo de internacionalización.....	12
Ilustración 2: PIB textil y confecciones	17
Ilustración 3: Tasa global de participación, ocupación y desempleo.....	18
Ilustración 4: Gasto de los hogares en moda	19
Ilustración 5: Exportación confecciones	20
Ilustración 6: Explotación productos textiles.....	21
Ilustración 7: Participación departamental en la producción textiles y confecciones	22
Ilustración 8: Pasos para la exportación.....	29
Ilustración 9: Incoterms	35
Ilustración 10: Manual para la Internacionalización de textiles	48

1. Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) son una parte fundamental del tejido empresarial de Colombia y en particular de la ciudad de Bogotá. Estas empresas representan la gran mayoría de las empresas en el país y son responsables de un importante aporte a la economía. Sin embargo, a pesar de su relevancia a nivel nacional, estas empresas enfrentan una serie de obstáculos para su inserción en el mercado internacional, lo cual limita su capacidad de crecimiento y desarrollo.

Una de las principales razones para esta falta de internacionalización es el desconocimiento que tienen los administradores de las Mipymes sobre cómo expandir su negocio en el extranjero. Además, la falta de innovación, inversión en tecnología, habilidades y conocimientos en la gestión empresarial y en el ámbito financiero, son otros factores que contribuyen a la falta de éxito de las Mipymes en el mercado internacional (Camargo et al., 2018).

El comercio internacional impulsa las economías de países desarrollados y subdesarrollados por medio de la eficiencia en los procesos productivos, “cabe recalcar que los países en desarrollo son los más beneficiados por la diversificación de sus productos, que son exportados a países de economías básicas o especializadas en el sector primario” (Armijos et al., 2017, p. 67), lo que genera cada vez más la participación de los países en esta actividad; esto conlleva a la necesidad de evolucionar, innovar y optimizar para que dichos procesos sean factibles y útiles. En el comercio internacional se desarrollan en general dos operaciones, la exportación, que consiste en la venta de bienes y servicios que realizan los países para conquistar nuevos mercados y al mismo tiempo atraer clientes y, por otra parte, la importación, que de acuerdo con Kisiryán (2015), es la compra de bienes y servicios realizada por un país en territorio extranjero.

El papel de las exportaciones es fundamental para el crecimiento de las economías, como lo explica Armijos (2017), las exportaciones afectan el progreso económico de un país en cualquier nivel de desarrollo; a lo largo de su investigación dan a conocer la relación que tienen las exportaciones con el crecimiento económico, planteando modelos neoclásicos, en especial, proponen modelos en los que la economía se divide en 2 sectores, el exportador y el no exportador, concluyendo que estas actividades impulsan el crecimiento de la producción agregada. Por otro lado, Duque y Camelo (2017), afirman que “la participación en los mercados internacionales

depende tanto de actores públicos como privados, que articuladamente favorecen la optimización de la estructura productiva y del recurso humano, cuyo resultado se observa en la prosperidad económica” (p.6).

A nivel microeconómico, la transformación de las ideas de las familias en proyectos empresariales ya sean pequeños o medianos llegan a relacionarse en un entorno comercial y consignan un aporte a la economía nacional, buscando especializarse, mantenerse y sobresalir en el mercado. El 99% de las empresas de Colombia son, clasificadas de acuerdo con sus ingresos por el decreto 957 de 2019 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), este porcentaje demuestra la importancia de su papel dentro de la economía, en donde generan aproximadamente un 79% de empleo y hacen un aporte del 40% al Producto Interno Bruto (PIB) (Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF], 2021, párr. 1).

En la siguiente tabla se expone la categorización de las Mipymes.

Tabla 1 Clasificación de empresas según sus ingresos

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Micro	Hasta 811	Hasta 1.131	Hasta 1.535
Pequeña	Desde 811 hasta 7.027	Desde 1.131 hasta 4.523	Desde 1.535 hasta 14.781
Mediana	Desde 7.027 hasta 59.527	Desde 4.523 hasta 16.558	Desde 14.781 hasta 74.066

Nota. Esta tabla muestra la clasificación de empresas según sus ingresos por actividades ordinarias anuales en millones de pesos. Tomado de (Ministerio de Comercio, párr. 9. 2019).

Según la Norma Internacional de Contabilidad 18 (2001), explica que:

Los ingresos de actividades ordinarias propiamente dichas surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad y adoptan una gran variedad de nombres, tales como ventas, comisiones, intereses, dividendos y regalías. El objetivo de esta Norma es establecer el tratamiento contable de los ingresos de actividades ordinarias que surgen de ciertos tipos de transacciones y otros eventos. (p.4)

En América Latina y el Caribe la participación de las pymes representa más del 99.5% en toda la región, jugando un papel fundamental en el desarrollo y crecimiento de las economías, sin embargo, estas se enfrentan a obstáculos de un gran sector informal y a una masiva competencia de las grandes empresas (Banco de Desarrollo de América Latina, 2019). De la misma manera, encuentran dificultades para acceder a apalancamientos o financiaciones, ya sea por el desconocimiento en el tema o por los requerimientos que imponen las entidades financieras en el sector.

Por otro lado, en la Unión Europea (UE) el papel de las Pymes es indispensable, los casi 24,5 millones de estas aportan dos tercios del empleo en esta asociación, lo que significa un importante aporte al desarrollo económico. Las micro son las empresas que mayor participación tienen, con el 93%, aportando un 29,4% del empleo, mientras que las pequeñas y medianas el 20% (MINCIT, 2019).

Adicionalmente, es importante mencionar que las exportaciones les ofrecen algunas ventajas a las pymes, como facilitar el acceso a las materias primas con precios asequibles y la optimización en el uso de recursos. De esta manera, logran mejorar los resultados en la innovación y en el crecimiento, además del fortalecimiento en las estructuras económicas de las empresas por medio de la internacionalización (Procolombia, 2019).

Conforme a lo anterior, se afirma que las Mipymes juegan un papel fundamental en el desarrollo de una economía, lo que se refleja en las exportaciones de estas empresas y el crecimiento del nivel de empleabilidad. Sin embargo, las Mipymes a la hora de realizar una operación de exportación se enfrentan a dificultades y obstáculos, este puesto a que la mala administración y manejo no permiten el desarrollo de estas Mipymes, la falta de experiencia, habilidades y competencias de los administradores o gerentes de esta Mipymes son las causales del no buen desarrollo para dichas Micro, pequeñas y medianas empresas (Trujillo et al., 2016, p. 9).

Los obstáculos que experimentan estas Mipymes respecto a la financiación, según la CEPAL (2015, citado por, Trujillo et al., 2016), son ocasionados “por la desconfianza de los bancos frente a las Pymes debido a la falta de información respecto al volumen de ventas, potencial de crecimiento, inexistencia o manipulación de información contable y malos manejos

administrativos” (Esto conlleva a que las entidades financieras clasifiquen a estas empresas como riesgosas, provocando que eviten aprobar créditos a dichas empresas o incluso existe la posibilidad que aprueben dichas financiaciones, pero con muchos requisitos y altas tasas de interés, por otro lado, otro de los obstáculos o dificultades para el incursionamiento de las Mipymes en el mercado internacional es la falta de conocimiento e información de los mercados internacionales (Duque & Camelo, 2017). Esto dificulta la financiación y la implementación de estrategias para que dichas empresas logren ingresar al mercado internacional.

Teniendo en cuenta todos los problemas y las situaciones que afrontan las Mipymes del sector textil y confecciones en el entorno empresarial e internacional surge la pregunta, ¿Qué necesita una Mipyme del sector textil para lograr su internacionalización? Ante este panorama, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo proponer un manual que permita la internacionalización para las Mipymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá. Para lograr este objetivo, se propuso una metodología mixta que combina la información cuantitativa y cualitativa. El enfoque metodológico se divide en tres fases: analizar, identificar y desarrollar.

La fase de análisis consiste en el estudio detallado de las Mipymes y del sector textil confecciones, esto con el fin de lograr un diagnóstico que tome en cuenta la importancia y aportes de este sector textil y sus Mipymes en la economía colombiana; Dichos aportes son medidos a través de indicadores tales como el PIB, las exportaciones, el consumo sobre el sector textil confecciones y la empleabilidad que estos generan. Esta información permitirá tener una visión clara de la situación actual de las micros, pequeñas y medianas empresas, además de contextualizar sobre la situación real de dicho sector y sus Mipymes.

La fase de identificación tiene como objetivo la búsqueda de información relevante que permita desarrollar una propuesta de mejora para la Mipyme. Esta información se recopilará a través de entrevistas a expertos en el sector y en el ámbito financiero, así como mediante la revisión de literatura especializada.

Finalmente, en la fase de desarrollo se elaborará una propuesta de mejora que permita a la Mipyme encaminarse hacia el mercado internacional y alcanzar un buen funcionamiento y desarrollo de la empresa. Esta propuesta incluirá recomendaciones y estrategias concretas para

superar los obstáculos identificados en las fases anteriores y lograr la internacionalización de la empresa.

El presente documento está desarrollado dividido en 4 partes, la primera parte hace referencia a la introducción del proyecto, la segunda parte abarca todos los referentes teóricos, esto quiere decir que se exponen las teorías que fundamentan o respaldan la información expuesta en el manual propuesto para la internacionalización de las Mipymes del sector textil subsector confecciones de la ciudad de Bogotá; la tercera parte trata sobre la metodología, estrategias, técnicas y análisis de información para la ejecución de este proyecto de investigación, la cuarta parte de este proyecto son los resultados, en donde se exponen las soluciones de los objetivos propuestos y por ultimo las conclusiones.

2. Marco de referencias

Dado el papel fundamental que tienen las Mipymes en la economía de un país, sus exportaciones son de gran relevancia; lo que se evidencia en modelos y teorías como el modelo Uppsala de Johanson y Wiedersheim (1975) y Johanson y Vahlne (1977), la teoría de ventaja comparativa de David Ricardo y, la teoría del valor de trabajo y ventaja absoluta propuesta por Adam Smith. A continuación, se discute cada uno de estos referentes.

2.1 Teoría del valor del trabajo y la ventaja absoluta de Adam Smith

Adam Smith argumenta que la ventaja absoluta es la capacidad de un país para producir un bien en menor tiempo o reduciendo los costos debido a la especialización, a continuación, se llevará a cabo un ejemplo con el fin de tener una mejor comprensión del planteamiento de Adam Smith; existe un país 1 (P1) y un país 2 (P2), ambos van a producir dos bienes (x) y (y). El país 1 (P1) tarda 2 horas en producir el bien (x) y, el país 2 (P2) tarda 4 horas en producir el mismo bien. Por otro lado, en cuanto al bien (y), el país 1 (P1) tarda 2 horas y el país 2 (P2) tarda 1 hora. A partir de lo anterior es posible concluir que es ineficiente que el país 1 produzca el bien (y) y, que el país 2 produzca el bien (x), por ende, es mejor que cada país se especialice en el bien que más se le facilite producir, es decir, aquel que cuya producción consuma menos tiempo, ya que el factor tiempo se relaciona directamente con el factor dinero y, a mayor tiempo, mayor costo (Duque & Camelo, 2017).

Por otro lado, se dice que el comercio internacional entre países es rentable debido a que la ventaja absoluta implica una especialización en la producción de bienes más eficientes, lo que aumenta la producción mundial de todos los bienes. Adam Smith afirma que esta teoría es superficial y engañosa, ya que sugiere que los exportadores deben tener una ventaja absoluta sobre sus competidores extranjeros, lo cual es impracticable en la realidad. En lugar de la ventaja absoluta, el texto sostiene que la rentabilidad del comercio internacional depende de la ventaja competitiva, es decir, la capacidad de un país para producir bienes de manera más eficiente que sus competidores en un mercado determinado (Chacholiades, 1980) .

2.2 Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo

Para resumir, Adam Smith identificó que al aumentar la productividad y la eficiencia dentro de los trabajos con la especialización se ahorra tiempo y se incrementa el potencial de los países, lo que ocasiona innovaciones en los productos y ayuda a la generación de competitividad en el ámbito global. Según el modelo ricardiano, la ventaja comparativa brinda un planteamiento competitivo determinado por la productividad laboral, donde se refleja la ventaja comparativa en el comercio bilateral y sus exportaciones en el sector textil (Rosa, 2012), esto debido a las grandes oportunidades que tiene la industria por medio de tecnologías, por ende las Mipymes en el sector textil buscan resaltar en medio de sus mercados, ya que se especializan en cada producto que brindan para ejercer un negocio potenciado. Explotar todos los recursos para poder brindar un producto de mayor calidad y poder competir con otros sectores industriales dentro del ámbito global.

Dicha ventaja comparativa juega un papel importante esto debido a que su producto lo puedan negociar al punto de obtener beneficios con dichas negociaciones, generando tratados bilaterales y multilaterales establecidos por el comercio, estos tratados se usan dentro de la teoría, puesto que las industrias puedan ofertar sus productos a precios más favorables para los países, generando mayor competitividad y a su vez contar con intercambios internacionales, así de esta forma las Mipymes puedan incrementar su producción y desarrollo involucrando la industrialización del producto para poder ofrecerlo con un costo de oportunidad, lo que con el tiempo podrán aumentar su patrimonio y su economía será mucho mejor.

2.3 Modelo de Uppsala de Johanson y Wiedersheim (1975) y Johanson y Vahlne (1977).

Una vez logrado que una empresa o Mipyme logre tener una ventaja comparativa o competitiva y tenga la capacidad e interés para entrar al mercado internacional se debe tener en cuenta cómo se va a entrar a dicho mercado internacional, el modelo Uppsala expone que en el ámbito internacional las empresas invertirán recursos en un país determinado, esto a medida que adquieran más experiencia en dicho ámbito, es decir se sumergirá y participaran en el ámbito internacional gradualmente (Trujillo et al., 2006).

Según la idea de Johanson y Wiedersheim, (1975), el modelo Uppsala plantea que las empresas enfrentan 4 fases las cuales llevan un orden y dicho orden está sujeto a la experiencia que ha tenido la empresa, es decir que cada fase tiene un nivel de dificultad relacionada a la participación internacional, explican que las fases tienen el siguiente orden, “1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación; 2. Exportaciones a través de representantes independientes; 3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero; 4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero” (Batalla, 2013, párr. 3).

Además, nos exponen los aspectos dinámicos y estáticos en la internacionalización, los aspectos dinámicos abarcan las decisiones de compromiso y las actividades actuales, por otro lado, los aspectos estáticos abarcan el conocimiento del mercado y el compromiso con el mercado, estos términos estarán expuestos en la figura 1.

Ilustración 1 Mecanismo de internacionalización



Nota. Esta figura muestra el Mecanismo de internacionalización en el aspecto estático y dinámico. Tomado de Johanson & Vahlne (1990), citado por Barreiro, (2015).

3. Metodología

El desarrollo de esta investigación se basa en una metodología mixta ya que combina elementos de la metodología cualitativa y cuantitativa, Hernández et al.,(2008) afirman que:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p.24)

La aplicación de la metodología mixta en este proyecto de investigación fue a partir del diseño de investigación en el cual se definen los objetivos del proyecto de investigación, la pregunta de investigación, los cuales están centralizados en mitigar algunas problemáticas que enfrentan el sector textil confecciones en el ámbito internacional, todo esto por medio de una propuesta de un manual para la internacionalización de dichas MiPymes.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación los datos cualitativos predominan sobre los datos cuantitativos, esto con el fin de darle un enfoque descriptivo y analítico al proyecto; dicha metodología cualitativa se aplicó en la sustracción de información bibliografía acerca del sector textil y confecciones, agrupando temas como la situación actual en el ámbito empresarial e internacional del sector, también las problemáticas que afrontan y las posibles soluciones que se pueden ejecutar para mitigar las problemáticas.

Por otro lado, se le dio una visión más precisa y ejemplificada por medio de la recolección de datos cuantitativos, los cuales fundamentan o respaldan la información bibliografía, además de dar paso a el análisis e interpretación de los datos cuantitativos. Toda la información recolectada tanto cualitativa como cuantitativa ocasiono un diagnóstico o evaluación de las MiPymes del sector textil confecciones en el ámbito empresarial e internacional.

Para el primer objetivo específico el cual es analizar las MiPymes del sector textil, subsector confecciones con capacidad e interés de internacionalización, se recolecto información

secundaria a partir de fuentes como: artículos científicos, proyectos de grado, artículos empresariales, paginas gubernamentales, entre otros. Toda la información recolectada hace una contextualización del sector textil confecciones, esto abarca en la exposición e las operaciones que este sector realiza, como se categoriza este sector, la descripción de la importancia del sector dentro de la economía además de su significancia en el desarrollo económico del país. Un tema con gran relevancia es el dinamismo y gran capacidad de adaptación que tiene el sector con la gran problemática que genero la pandemia del COVID 19 que afecto a la economía y sectores económicos en general, la adaptación de este sector dio lugar al sostenimiento y crecimiento de muchas empresas dentro del mismo sector. Además, información relevante de significancia y aporte del sector dentro de la economía también un tema transcendental para este proyecto de investigación, el PIB, las exportaciones, la empleabilidad, y el consumo del sector fueron los indicadores analizados para dar un diagnóstico o evaluación de las Mipymes del mencionado sector textil.

Por último la creación de una matriz DOFA es la herramienta para caracterizar y finalizar el diagnóstico de las MiPymes en el sector textil confecciones, dicha matriz se analizaron y expusieron las fortaleza, debilidades, oportunidades y amenazas, y por medio de unas estrategias se relacionaron entre sí, donde se usan las fortalezas para aprovechar las oportunidades, se usan las fortalezas para evitar las amenazas, se superan las debilidades aprovechando las debilidades y por último se reducen las debilidades para evitar las amenazas.

Para el segundo objetivo específico el cual es identificar los procesos y requisitos necesarios para que una Mipyme pueda exportar, se recolecta información secundaria la cual se enfoca en fuentes gubernamentales tales como: Cámara de comercio, Procolombia y Dian, las cuales brindan información sobre exportaciones e internacionalización, la utilización de estas fuentes radica en la extracción de pasos propuestos en manuales que estas mismas entidades han publicado, donde se analiza y determina cuales son las mejores opciones organizacionales respecto a los pasos para la ejecución de la actividad de exportación, toda la información recolectada en dicha fuentes abarca todos los pasos, requisitos, recomendaciones y demás información necesaria para la internacionalización.

Finalmente para el tercer objetivo el cual es el desarrollo de un manual para la mejora en los procesos de las Mipymes y, por consiguiente, los elementos que proporciona la herramienta

lograr su ingreso hacía el mercado internacional, para lograr el objetivo se toma en cuenta la información bibliográfica tanto cualitativa como cuantitativa la cual corresponde al primer y segundo objetivo, esto con el fin de lograr el desarrollo de un manual o guía que facilite la internacionalización del sector textil sub sector confecciones, esto se logra a través de la simplificación de información ya antes recolectada además de traducirlo a un vocabulario entendible para que un público con un conocimiento primario pueda entenderlo, por otro lado se reduce la información recolectada en menos pasos con el fin de brindar una herramienta más concisa.

Además, se utiliza información primaria la cual se recolecta a través de la consulta de expertos, esto consiste en pedir el consejo y orientación de dichos expertos para la fundamentación y respaldo de la información propuesta en el manual, además de determinar su certeza en la organización que tiene esta herramienta.

4. Resultados

En esta sección se presenta el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados. En principio, se hace un diagnóstico y caracterización de las MiPymes del sector textil subsector confecciones seguido del comportamiento o participación en la economía colombiana; en segundo lugar, se adquiere y se analiza toda la información respecto a los procesos y requisitos necesarios para que una Mipyme pueda exportar; para finalizar se desarrolla un manual para encaminar a las Mipymes interesadas en exportar en los procesos que conllevan dicha internacionalización.

4.1 Sector textil, subsector confecciones con capacidad e interés de internacionalización.

4.1.1 Sector textil

El sector textil se encarga de la fabricación de telas y el de confecciones fabrica prendas con un valor agregado, este sector de textiles y confecciones abarca múltiples procesos e intermediarios, como por ejemplo se encuentran los proveedores que satisfacen la demanda de insumos primarios de esta industria tales como las fibras como el algodón y la lana los culés son naturales y sintéticos como el poliéster y el nylon (Fashion, 2021).

Esta industria comprende diferentes tipos de tejedurías las cuales están conformadas con tejidos planos, de punto, especializados y a su vez otros tipos de insumos como cremalleras, cierres, broches, entre otros insumos con el propósito de confeccionar y obtener el producto final con el fin de comercializarlas en diferentes industrias y empresas.

Por otro lado, Duque & Camelo (2017), dicen que el sector confecciones categoriza indumentaria para hombre, mujer y niños, con un portafolio de productos bastante diverso, entre los cuales se destaca la ropa interior, ropa casual, formal, infantil, de control, de playa, deportiva, uniformes, alta costura, jeans, entre otros.

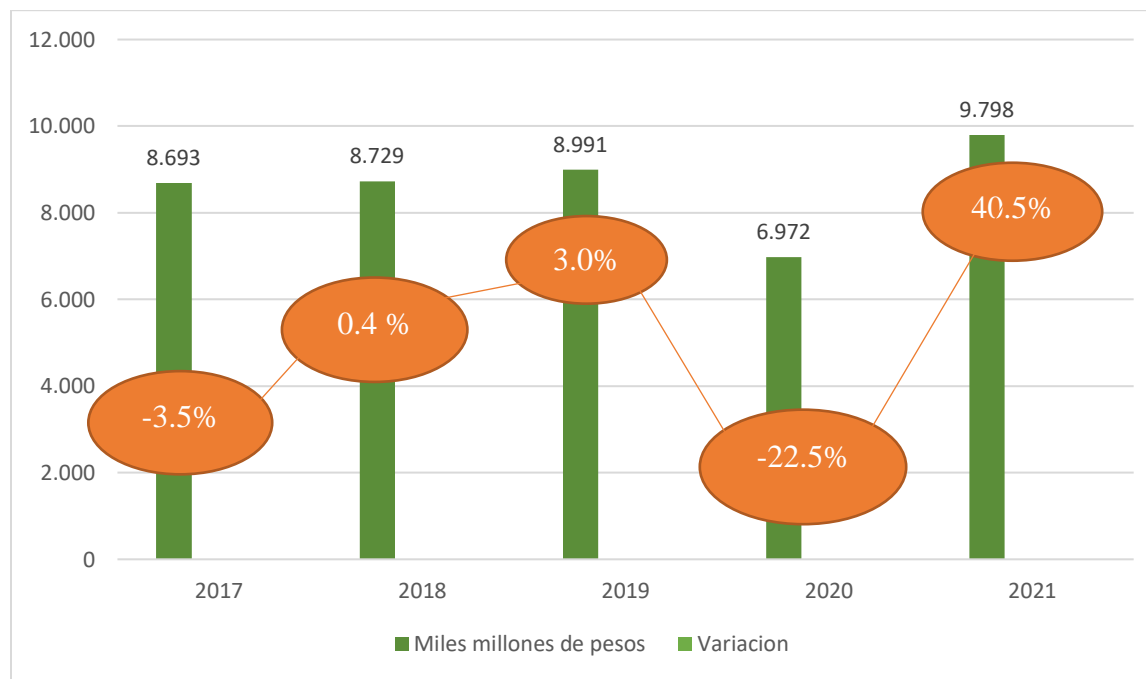
El sector textil subsector confecciones es diverso en cuanto a los productos que esta puede ofrecer, el fuerte de este sector es las producciones de hilados y tejidos los cuales se usan para las confecciones de prendas de vestir, artículos para el hogar y en múltiples sectores. La importancia del sector textil y confecciones en Colombia radica en la significancia en el desarrollo económico del país, además de, su aporte en procedimientos y estrategias que conllevan a avances tecnológicos y a la especialización en procesos dentro del mismo sector, la industria textil es un sector que se ha desenvuelto a través de los años y ha adoptado diferenciadores o valor agregado, un claro ejemplo es el uso de técnicas y características culturales de la región de estos productos que ofrece dicho sector, sin embargo existen obstáculos que el sector textil enfrenta en el ámbito internacional, tales como el contrabando, la piratería, la competencia de grandes empresas a nivel mundial y el desconocimiento de herramientas e información que permiten el desarrollo internacional de MiPymes son causales para que las empresas del sector textil no puedan lograr competir a nivel internacional.

El año 2020 fue un gran golpe para el sector textil y para la mayoría de sectores en general, a pesar de esta difícil situación el sector textil presento un gran dinamismo y adnotación a la grave situación del 2020 debido a la pandemia por el Covid-19, este dinamismo radico en la adaptación de muchas empresas para fabricar tapabocas y prendas de protección, a pesar de esto el desempleo, la baja demanda de confecciones y textiles por el encierro de los consumidores fue un gran descenso para este sector.

Teniendo en cuenta la difícil situación que vivió el sector textil confecciones, en el año 2021 se produce una reactivación económica durante el segundo semestre de este año obteniendo una creciente demanda en los productos de dicho sector, donde se evidencia el incremento del PIB en el sector textil y confecciones con un 5,6%, según la corporación Informe Sectorial (2022), en el primer trimestre de 2022, el PIB del sector tuvo un crecimiento del 25,9%, explicado por la reactivación de las actividades económicas casi al 100%, el regreso a clases presenciales, las ventas

por fechas especiales como el día de la madre, así como el retiro de cuarentenas y restricciones de movilidad, lo que favoreció las ventas de textiles y prendas de vestir.

Ilustración 2: PIB textil y confecciones



Nota. Esta figura muestra el comportamiento del PIB textil y confecciones en los últimos años, mostrando sus variaciones. Tomado del DANE (2021), citado por Sectorial (2022).

De acuerdo con el gráfico anterior se evidencia la problemática que se vivió en el año 2020, donde en el 2019 se expone que el PIB textil y confecciones es de 8.991 miles de millones de pesos, por otro lado, para el año 2020 se presenta una variación negativa del 22.5% es decir el PIB del sector queda en 6.972, miles de millones de pesos y por último evidenciamos una recuperación del aporte del sector en el PIB con un 40.5% es decir 9.798 miles de millones de pesos.

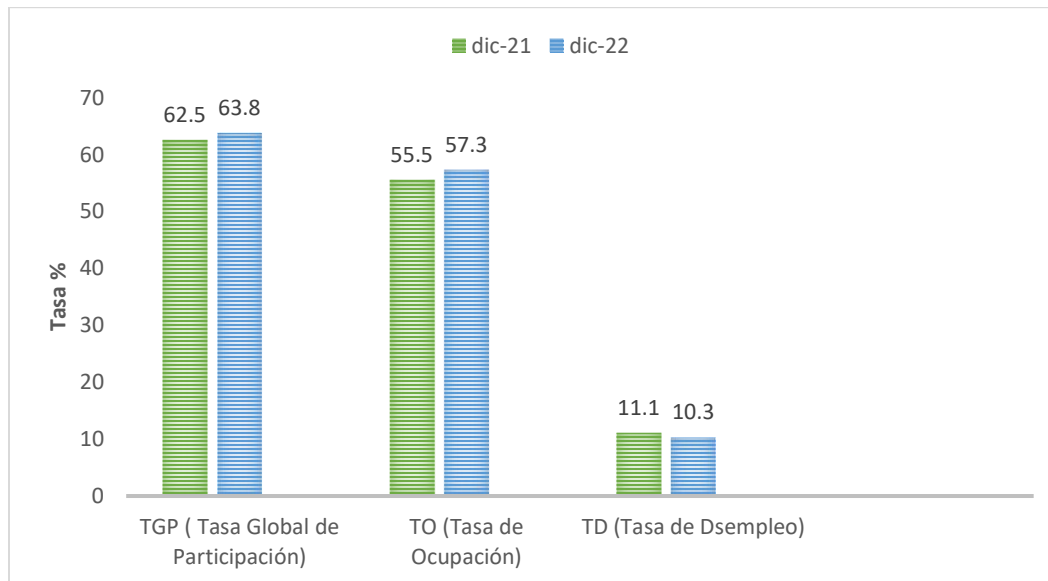
Además, es importante recalcar el rol que asume este sector en el país respecto al nivel de empleos que este genera.

Según el DANE (2022), afirma que

Para el mes de diciembre de 2022, la tasa de desempleo del total nacional fue 10,3%, mientras que en el mismo mes de 2021 fue 11,1%. La tasa global de participación se ubicó en 63,8%, lo que significó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto a diciembre de

2021 (62,5%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,3%, lo que representó un aumento de 1,7 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2021 (55,5%). (p.2)

Ilustración 3: Tasa global de participación, ocupación y desempleo



Nota. Esta figura muestra la tasa global de participación, ocupación y desempleo para el año 2021 y 2022, mostrando sus variaciones, elaboración propia, tomado del DANE (2022).

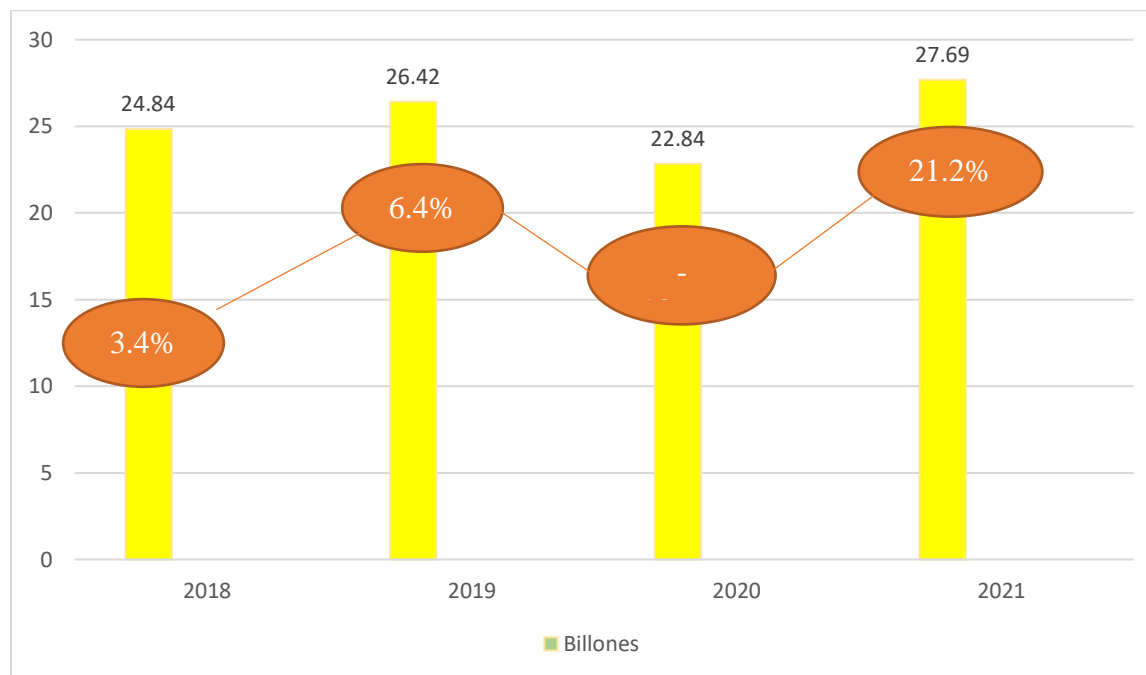
Cabe recalcar que para la economía colombiana el sector textil subsector confecciones aporta más de 610.000 empleos es decir alrededor del 2,5% de empleos a nivel nacional.

Según la corporación Informe Sectorial (2022), el consumo nacional en moda el cual abarca las confecciones, alcanzo más de 27 billones de pesos en 2021 es decir alrededor de 2 billones de pesos mensuales en este año, con alrededor de un 20% más que en el año 2020. 11.75 billones de consumo nacional en la moda fueron registrados entre enero y mayo del 2022, el cual representa un 11,75%, el cual es superior que en el año 2021 en el mismo periodo.

El aumento del gasto de los hogares en moda se debió principalmente a la disolución de la pandemia y el regreso a la presencialidad, el regreso a los colegios, universidades, oficinas y demás eventos presenciales, por otro lado, la relevancia en el crecimiento y reactivación económica que tuvo el día sin IVA fue importante, según la corporación Informe Sectorial (2022), Los 2 días sin IVA celebrados en el primer semestre del año tuvieron un impacto positivo en el sector. En el segundo día sin IVA que tuvo un recaudo de 10,6 billones de pesos en ventas, y un crecimiento

del 16,6 % con respecto al primer día, las prendas de vestir tuvieron una participación del 32 %. Así mismo, diferentes iniciativas como el Bogotá Fashion Week siguen impulsando las ventas nacionales del sector textil y confecciones.

Ilustración 4: Gasto de los hogares en moda



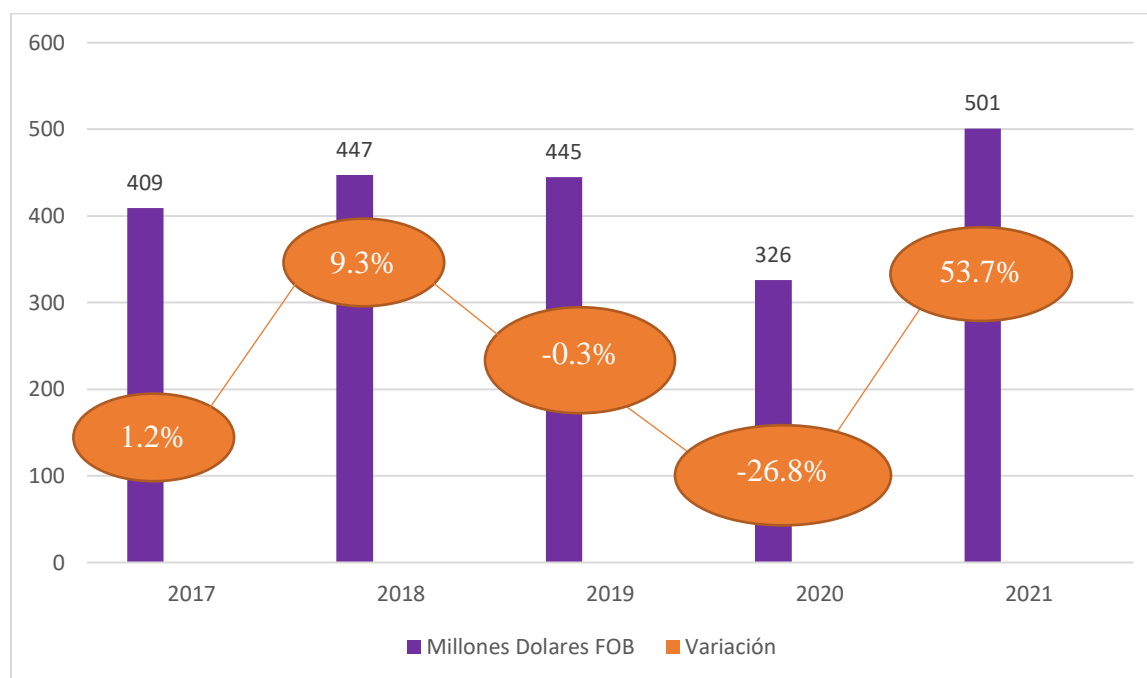
Nota. Esta figura muestra el comportamiento del gasto en los hogares en moda mediante su variación en los últimos años. Tomado del DANE (2021), citado por la corporación Informe Sectorial (2022).

De acuerdo con el gráfico anterior el gasto de los hogares en Moda tuvo una disminución muy relevante en el año 2020 debido a la pandemia y todas las problemáticas que abarco, en 2019 el gasto de los hogares en moda fue de 26.42 billones de pesos, para el año 2020 como ya se mencionó se evidencia la disminución de este gasto en un -13.6% es decir se redujo el gasto a 22.84 billones, por otro lado en el año 2021 se evidencia una recuperación importante, el 2021 presenta un gasto de 27.69 billones, el cual es incluso mayor que el gasto del año 2019 con una diferencia mayor a 1 billón.

Procolombia (2019), dice que en 2019 Colombia ha logrado posicionarse como el primer país exportador de confecciones en tejido plano en Suramérica, dichos tejidos se caracterizan por el entrelazado que hay de sus hilos y se usa para la elaboración de telas para moldear y que se usan en confecciones como camisas, blusas, pantalones, entre otros.

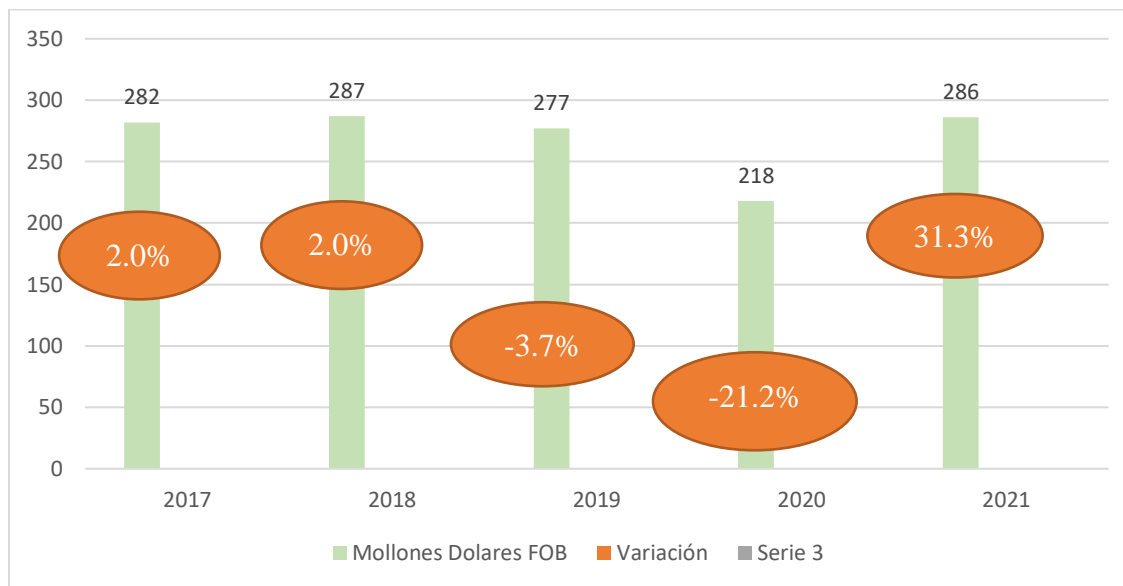
Pese a las dificultades ya mencionadas que enfrentó el sector textil subsector confecciones por la pandemia este sector presentó su recuperación total e incluso un crecimiento en las exportaciones en el 2021, donde su crecimiento comparado con el año de la pandemia del 2020 fue de más del 53% y comparado con el año 2019 las exportaciones crecieron más de un 12%, además, es importante recalcar que entre enero y abril del 2022 la exportación de confecciones de prendas de vestir aumentaron un 24,3% respecto a el mismo periodo del 2021, por otro lado la exportación de textiles aumentaron un 31,3% en el 2021 respecto a el año 2020 y un 3,2% respecto al año 2019 (Informe Sectorial, 2022).

Ilustración 5: Exportación confecciones



Nota. Esta figura muestra Las exportaciones en confecciones mediante su variación en los últimos años. Tomado de DANE (2021), citado por Sectorial (2022).

Teniendo en cuenta la información expuesta por la anterior gráfica se puede decir que las exportaciones de confecciones en Colombia fueron evidentemente mejores en el año 2021 que en el año 2019 y por supuesto que en el año 2020, se tiene que en el año 2019 las exportaciones fueron de 445 millones de dólares FOB, para el año 2020 las exportaciones fueron de 326 millones de dólares FOB y para el año 2021 501 millones de dólares FOB.

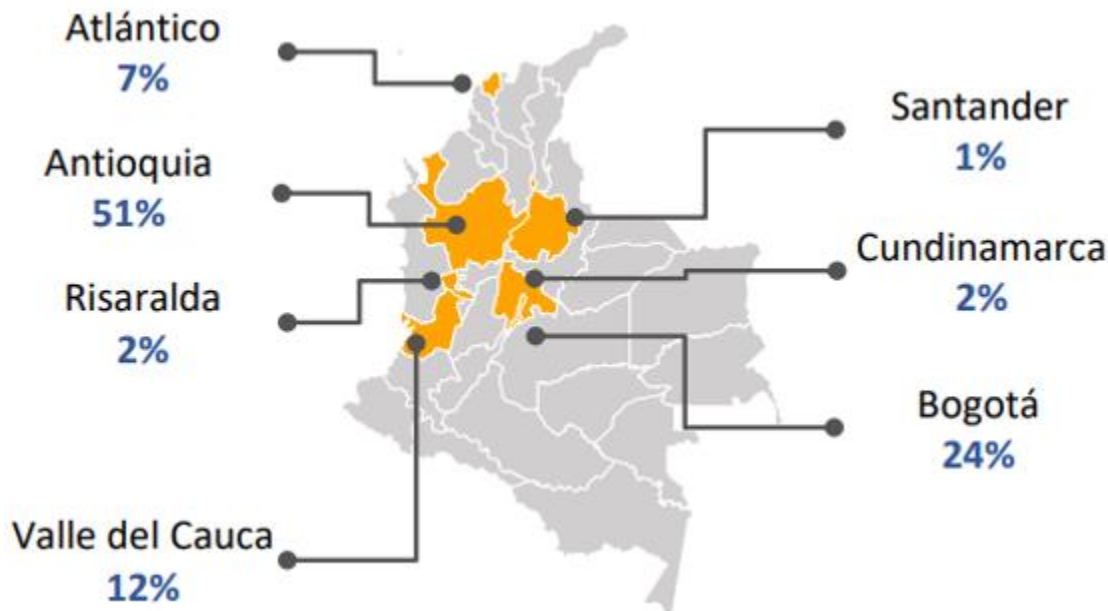
Ilustración 6: Explotación productos textiles

Nota. Esta figura muestra las exportaciones de productos textiles mediante su variación en los últimos años. Tomado de DANE (2021), citado por Sectorial (2022).

De acuerdo con el gráfico anterior la exportación de productos textiles presenta una importante disminución en el año 2020 por razones ya mencionadas de la pandemia, este año presenta unas exportaciones de productos textiles por un valor de 218 millones de dólares FOB, un valor menor al del año anterior, el año 2019 presentó un valor de 277 millones de dólares FOB, por otro lado, el año 2021 presentó una recuperación y crecimiento en las exportaciones de productos textiles con un valor de 286 millones de dólares FOB.

Según Mincomercio los principales departamentos que exportaron textiles y confecciones en el 2018 en Colombia fueron Antioquia con el 51%, Bogotá con el 24% y Valle del Cauca con el 12%; los pantalones largos y cortos, los sostenes, fajas y camisetas fueron los productos principales para exportar en el sector textil y confecciones de ese año.

Ilustración 7: Participación departamental en la producción textiles y confecciones



Nota. Esta figura muestra la participación departamental de los textiles y confecciones en Colombia Tomado de (Colombia Productividad, 2018).

De acuerdo con Ministerio de Comercio (2019), para el 2019 se registraron más de 9.000 empresas en el sector textil y confecciones en Colombia de las cuales más de 7.000 empresas correspondieron a confecciones y alrededor de 2.000 empresas corresponden a textiles, además es importante recalcar que solo el 1% corresponden a empresas grandes, empresas medianas un 4%, pequeñas 16% y micro 78%.

4.1.2 Matriz DOFA

Para profundizar el análisis y descripción del sector textil y el subsector confecciones se realizó una matriz DOFA para acercarse más a la situación real del sector textil, es decir traer un diagnóstico sobre este sector.

Tabla 2: Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
DOFA	<ul style="list-style-type: none"> • Importante generador de empleos directos e indirectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia extranjera. • Carencia de información de procesos de internacionalización.

	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad debido al alto consumo en el sector. • Respaldo por antigüedad en el sector. • Calidad y diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad en el sector textil. • Falta inversión en tecnología. • Altos costos operacionales restan rentabilidad en las empresas.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> • Tratados de libre comercio y acuerdos comerciales internacionales. • Uso de comercio electrónico y redes sociales como canales de venta. • Adaptación de insumos textiles ecológicos. • Crecimiento de la demanda en el mercado internacional. • Financiamiento de proyectos con entidades gubernamentales o finanzas alternativas. 	<p>La antigüedad en el sector es sinónimo de experiencia tanto de trabajadores como en empresarios, esto se traduce en que dichos empresarios y trabajadores ya han pasado por malas experiencias de las cuales adoptan técnicas y desarrollan habilidades para superar estas dificultades. Tener en cuenta la fomentación de la educación o capacitación para los trabajadores con más experiencia o más antiguos resultaría en el desarrollo de nuevas habilidades y aumentar sus capacidades para adaptarse a nuevas tecnologías, todo esto tiene como consecuencia el crecimiento en la calidad, producción, entre otros. El incremento de las habilidades y adaptación ya</p>	<p>La competencia extranjera es una gran debilidad dentro del mambito empresarial, en particular para el sector textil confecciones existe una gran competencia en países asiáticos como china ya que ofrecen precios bajos comparados con las empresas colombianas debido a sus bajos costos operativos, el crecimiento de la demanda internacional o la inserción en el mercado internacional mitigaría los riesgos, es decir, que no dependen del mercado nacional, si no que tendrían más opciones con las cuales se pueda respaldar, por otra parte, la falta de inversión de tecnología en el sector provoca altos costos operativos entre otras problemáticas, una gran opción para mitigar este problema es el financiamiento con entidades gubernamentales o finanzas alternativas, las cuales otorgan la capacidad económica para</p>

	<p>mencionadas son cruciales para que estas empresas puedan lograr la capacidad de satisfacer las necesidades de mercados internacionales con el aumento de su producción y además su calidad para satisfacer estándares del mercado o incluso usarlo como diferenciador o un factor competitivo.</p>	<p>invertir en tecnología y reducir costos operacionales y aumentar su competitividad.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> • Contrabando. • Deficiencia en logística y transporte. • Aumento en las importaciones. • Abastecimiento de materias primas. • Fluctuación de la moneda. 	<p>La calidad y diseño del sector textil confecciones en Colombia es una gran fortaleza ya que actúa como un factor de competitividad, el cual genera un costo de oportunidad en los consumidores, es decir, que lograría una preferencia por los productos colombianos por sus atributos en calidad y diseño, dejando a un lado productos importados los cuales son generalmente de baja calidad, esto tiene como resultado la mitigación en el consumo de estos productos importados, y por ende, una</p>	<p>Al reducir los costos operaciones de una Mipyme en el sector textil generarían más rentabilidad para la empresa, lo que significa un aumento en la capacidad de capital de riesgo para la inversión y desarrollo de esta, lo cual tiene como resultado mayor competitividad en el mercado, esta es una gran causal de mitigación para el aumento en las importaciones, es decir, mitigación en la competencia.</p>

	reducción en la importación de estos productos.	
--	---	--

Nota. Matriz DOFA para el sector textil subsector confecciones, Elaboración propia.

Fortalezas. Como anteriormente se mencionó, el sector textil es un gran generador de empleo en Colombia no solo con empleos directos si no también con una gran cantidad de empleos indirectos, por ende este es un sector con un aporte importante tanto para el bienestar de los colombianos, como también para la economía nacional, por otro lado la versatilidad del sector es una gran fortaleza, ya que esta versatilidad o dinamismo logro la sostenibilidad de muchas empresas en situaciones complicadas como lo fue en la pandemia del 2020, donde las empresas se adaptaron para producir tapabocas y demás productos que se usaban para la protección de las personas, esto produjo no solo que empresas de este sector seguirán a flote si no que lograran crecer y aprender de sus adaptaciones.

La antigüedad o experiencia que tiene el sector textil en Colombia es valiosa, Según González, (2016)“Colombia cuenta con una de las industrias textiles más antiguas del continente. La historia empezó a escribirse en pequeños talleres y comercios hacia 1870”.

La antigüedad radica como fortaleza en el sector textil ya que dicha antigüedad se resume en experiencia, capacidad de adaptación a el mercado actual y confiabilidad, la experiencia de este sector en Colombia ha conseguido la evolución de las empresas generando un desarrollo competitivo, todo esto por medio de la oferta de productos de mejor calidad, por otro lado, Según la corporación Digital (2022), “La calidad del producto también es otro de los puntos que influyen en las decisiones de compra de las personas. Si bien no todos los consumidores buscan la mejor calidad, sí exigirán determinados estándares”.

Una de las características o expectativas que tienen los consumidores del sector textil es que los productos sean duraderos, esto se traduce en que tengan una buena calidad, además cabe recalcar que, la calidad también funciona como elemento para la fidelización de clientes (Euroinnova, 2023).

Por otro lado, el diseño también actúa como factor en la decisión de compra, es importante para las empresas dentro del sector textil y confecciones adaptarse a las tendencias, modas y preferencias de los clientes, luego deben innovar en sus diseños y así poder atraer a diferentes

grupos de consumidores, según Calambur (2016), “Apostar por el diseño de productos y recursos de marca es la clave para conseguir una buena diferenciación en un mercado hiper-saturado. Los consumidores cada vez demandan más a las empresas y sus marcas; y el diseño es uno de los factores que tienen en cuenta para comprar o elegir un producto o servicio” (párr. 1).

Debilidades. La competencia extranjera es una de las grandes debilidades dentro del sector textil colombiano ya que se resume en la disminución de producción y participación dentro del mercado internacional, esto se debe a que países extranjeros como China tiene costos de producción significativamente bajos en comparación con Colombia lo que les permite ofrecer precios más bajos y son una gran competencia para el sector colombiano, (Medina, 2017) señala que “ Estas condiciones ponen a Colombia en una situación de “desventaja” competitiva, porque el costo de producción en aquellos lugares es inferior y – sobre todo en épocas de “vacas flacas”- los compradores optan por adquirir el producto más barato (aunque su calidad puede no ser igual” (párr.18).

Dentro del sector textil colombiano, la carencia de información en los procesos de internacionalización es una de las debilidades más notables. Esta falta de información puede generar dificultades en la logística, lo cual se traduce en gastos adicionales, retrasos e incumplimientos de contratos, entre otras dificultades.

Además, esta debilidad limita la capacidad de las empresas para tomar decisiones importantes en cuanto a fijación de precios, selección de mercados objetivos, segmentación de mercado, y otros aspectos clave. Como resultado, las empresas pueden perder oportunidades en los mercados internacionales.

Otro problema que surge de la carencia de información en el sector textil de Colombia es la falta de acceso a financiamiento. Las empresas que no cuentan con la información necesaria no pueden acceder a programas o financiamientos gubernamentales o privados para impulsar su crecimiento a través de proyectos, lo que puede limitar su capacidad para competir en los mercados internacionales y expandirse a nivel global.

El sector textil colombiano se enfrenta a la problemática de la informalidad, la cual afecta tanto a las empresas como a los trabajadores. Esta situación genera graves consecuencias para los

trabajadores, quienes no cuentan con seguridad social, salarios justos y condiciones laborales adecuadas, entre otro aspecto.

Por otro lado, las empresas también se ven afectadas por la informalidad, ya que estas tienen dificultades para acceder a financiamiento y créditos debido a la falta de documentación legal y registro formal. Este problema limita su capacidad para crecer y desarrollarse. Además, las empresas formales se ven afectadas por la competencia desleal generada por los talleres informales, que pueden ofrecer precios más bajos al evadir impuestos y no cumplir con las regulaciones laborales. (González, 2016), afirma que “El 75% de los 1'800.000 empleos que genera la industria en Colombia equivale a trabajos informales, mientras el 25% corresponde a contrataciones legales. Sobre el gran total, el 90% corresponden a madres cabeza de familia, arrojando como resultado un total de cerca de 7'000.000 de personas que viven de la confección textil en Colombia” (párr. 3).

El sector textil se ve debilitado debido a la falta de inversión en tecnología. Una inversión adecuada en tecnología y maquinaria permitiría la modernización de los procesos productivos del sector, lo que se traduciría en una mayor competitividad y eficiencia, según (Portafolio, 2007), “Las compañías cuando invierten en tecnología aumentan su capacidad de trabajo, pueden superar obstáculos más fácilmente frente a sus competidores y capitalizan ágilmente sus oportunidades. Aunque se trata de una herramienta fundamental”.

Oportunidades. Una de las mayores oportunidades para el subsector de confecciones en el sector textil es la obtención de acuerdos comerciales, ya que estos permiten a las empresas eliminar barreras arancelarias y no arancelarias, facilitando así el acceso a los mercados internacionales y mejorando su competitividad. En el caso de Colombia, uno de los mayores beneficios del Tratado de Libre Comercio es el acceso al mercado estadounidense, lo que ha brindado oportunidades al sector textil para competir en igualdad de condiciones con otros países.

Una estrategia interesante para el sector textil es el uso del comercio electrónico y las redes sociales como canales de venta para aprovechar las nuevas oportunidades en el sector. De esta manera, las empresas pueden llegar a un público más amplio y aumentar su base de clientes potenciales. Además, al implementar nuevas estrategias tecnológicas, las empresas pueden fomentar la fidelidad del cliente y mejorar su reputación en el sector textil. Es fundamental que las

empresas del sector textil aprovechen estas oportunidades para seguir creciendo y consolidándose en el mercado.

La adopción de insumos textiles ecológicos en el sector textil representa una oportunidad altamente viable en el mercado internacional, el cual busca constantemente innovación y nuevos objetivos en términos de materias primas. Un ejemplo de ello es el uso de algodón orgánico, el cual puede generar beneficios económicos, sociales y ambientales para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Esta estrategia fomenta la sostenibilidad en la cadena de suministro y ayuda a reducir el impacto ambiental.

Amenazas. El contrabando en el sector textil colombiano representa una gran amenaza, ya que se asocia con la competencia desleal. Las prendas y productos textiles de contrabando, al ser de menor calidad y menor precio, se convierten en una opción competitiva. Según (Meneses, 2014)"con el contrabando se suman la proliferación de marcas de segunda calidad y la subfacturación de materias primas" (p. 17). Además, otro factor que afecta gravemente al sector es la violación de los derechos de propiedad intelectual. Es decir, se perjudica a las marcas que producen productos originales y que han invertido tiempo y dinero en su creación. Los productos contrabandeados y piratas evaden impuestos y violan los diseños creados por las marcas.

4.2 Procesos y requisitos necesarios para que una Mipyme pueda exportar.

Las exportaciones en Colombia se refieren a las salidas de bienes o mercancías del territorio aduanero colombiano hacia otro país, ya sea una zona o un depósito francos, con el fin de ser comercializadas en el mercado internacional. Es importante recalcar que las exportaciones son indispensables para la economía de un país ya que estas pueden generar ingresos en divisas. Las exportaciones generan ingresos en monedas extranjeras lo que fortalece la balanza comercial del país, además de fortalecer las reservas internacionales y a su vez, reducir el déficit fiscal, por otro lado, el crecimiento económico generado por las exportaciones de un país se da por medio del aumento de producción e inversión en los sectores productivos, lo cual genera empleo.

La presente información manifiesta los procesos y pasos para tener en cuenta, para que las MiPymes del sector textil confecciones logren la internacionalización, el cual es el objetivo de esta investigación, esto se realiza por medio de 12 pasos que alimentaran progresivamente el desarrollo de la actividad exportadora.

Para determinar los 12 pasos propuestos que se exponen a continuación se recopila y se hace un análisis de dos manuales de entidades gubernamentales: la "Guía práctica: Proceso general de exportación en Colombia: 10 pasos para exportar" de la Cámara de Comercio y la "Guía práctica para conocer el proceso de exportación de bienes" de Procolombia. Se tomaron estos dos manuales con la finalidad de proporcionar información adecuada y de valor

A continuación, se expondrán brevemente los 12 pasos mediante un diagrama de flujo, con el fin de contextualizar, seguido de la explicación de cada ítem de manera más detallada.

Ilustración 8: Pasos para la exportación



Nota. Elaboración propia a partir de un diagrama de flujo sobre los procesos y requisitos para que una Mipyme pueda exportar.

4.2.1 Antes de exportar

Estudio de mercado. En términos comerciales se recomienda iniciar el proceso de exportación de la mano de una investigación de mercado, el cual ayuda a diagnosticar o evaluar el potencial del producto que se quiere exportar. Es indispensable consultar características tales como la demanda del país frente a ese producto, los indicadores económicos básicos (tasa de desempleo, tipo de interés, inflación, PIB , entre otras), la competencia del producto en el país que se quiere exportar las tendencias del consumo relacionadas al producto, la distribución física internacional, acuerdos comerciales vigentes, entre otros. Todos estos aspectos o pasos para tener en cuenta son

importantes para determinar si es viable la exportación del producto (Cámara de comercio de Bogotá, 2019).

Creación de empresa y registro como exportador. Si usted es una persona natural que desea exportar bienes colombianos, es indispensable que se constituya como empresa para que pueda legitimar su actividad comercial. Para lograrlo, puede acudir a la a la cámara de comercio más cercana, donde podrá adquirir apoyo o asesorías para lograr formalizar y consolidar su empresa. (Procolombia, 2018b).

Por otro lado, para poder exportar es importante formalizar la actividad comercial por medio de la obtención o actualización del Registro Único Tributario (RUT) en la casilla 54, esto habilitara a la persona como usuario aduanero-exportador, lo cual obliga a la persona a operar bajo régimen común, el régimen común hace referencia al grupo de personas o empresas responsables del Impuesto al Valor Agregado (IVA), esto significa que deben cumplir con obligaciones como la facturación, recaudación, declaración y pago del IVA a Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), todo este proceso se debe realizar en las oficinas de la DIAN (Cámara de comercio de Bogotá, 2019).

En resumen, la consolidación de la empresa y la formalización de la actividad comercial son pasos indispensables para exportar legítimamente en Colombia.

Clasificación arancelaria. Es un sistema de categorización de las mercancías el cual utiliza un sistema armonizado, en el que se compone por medio de diez dígitos, principalmente se evidencia la subpartida arancelaria, los 6 primeros dígitos, los cuales identifican un producto en cualquier país, y los 4 dígitos siguientes son agregados por cada país en su arancel de aduanas, el cual se usa para efectos estadísticos y de control. Es importante establecer adecuadamente la clasificación arancelaria ya que permite identificar los principales requerimientos para la exportación de las mercancías, donde se incluyen aspectos como gravámenes, IVA, restricciones, acuerdos comerciales, ente otros. La consulta del arancel de adunas se puede realizar mediante la página de la DIAN y es necesario identificar dichas clasificaciones arancelarias de un producto para que su proceso de exportación sea bien realizado.(Cámara de comercio de Bogotá, 2019).

A continuación, se expondrá una tabla de nomenclaturas arancelarias con productos del sector textil y confecciones, esta tabla contiene el nombre del producto, capítulo, partidas

arancelarias y la descripción del producto. El nombre del producto es la denominación que se le puede dar a un artículo, este debe ser lo suficientemente específico para poder ser bien identificado; por otro lado el capítulo se refiere a la primera categoría de clasificación de los productos o artículos, dicho capítulo se compone de un número de 2 dígitos; Las partidas arancelarias son códigos numéricos asignados a los productos que serán importados o exportados, los cuales permiten conocer las tarifas arancelarias, los trámites y requisitos de exportación e importación (Procolombia, 2018). Por último, la descripción es un texto que acompaña la partida arancelaria y describe con más detalle el producto al que hace referencia la partida en cuestión.

Tabla 3: Nomenclatura arancelaria.

NOMENCLATURA ARANCELARIA			
SECCIÓN XI	Materiales textiles y sus manufacturas		
PRODUCTO	CAPITULO	PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN
Seda	50	5007.20.00.00	Los demás tejidos con un contenido de seda o de desperdicios de seda, distintos de la borilla, superior o igual al 85% en peso.
Lana y pelo fino	51	5111.11.90.00	Con un contenido de lana o pelo fino superior o igual al 85% en peso.
Algodón	52	5212.24.00.00	Con hilados de distintos colores.
Las demás fibras textiles vegetales	53	5311.00.00.00	Tejidos de las demás fibras textiles vegetales; tejidos de hilados de papel.
Filamentos sintéticos o artificiales	54	5408.33.00.00	Con hilados de distintos colores.
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	55	5516.93.00.00	Con hilados de distintos colores.

Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería	56	5609.00.90.00	Los demás.
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil	57	5705.00.00.00	Las demás alfombras y revestimientos para el suelo, de materia textil, incluso confeccionados.
Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados	58	5811.00.00.00	Productos textiles acolchados en pieza, constituidos por una o varias capas de materia textil combinadas con una materia de relleno y mantenidas mediante puntadas u otro modo de sujeción.
Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil	59	5903.90.00.00	Las demás.
Tejidos de punto	60	6006.90.00.00	Los demás.
Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	61	6101.90.90.00	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para hombres o niños.

Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	62	6201.90.00.00	De las demás materias textiles.
Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	63	6308.00.00.00	Juegos constituidos por piezas de tejido e hilados, incluso con accesorios, para la confección de alfombras, tapicería, manteles o servilletas bordados o de artículos textiles similares, en envases para la venta al por menor.

Nota. Tabla nomenclatura arancelaria elaboración propia, tomada a partir de la página Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Solicitud de vistos buenos. Se hacen referencia a una serie de requisitos y normas que buscan proteger la salud humana y animal, y es por esta razón que se imponen requisitos en los productos que serán exportados. El sector textil está regulado por diferentes entidades que son las principales encargadas de otorgar los permisos y vistos buenos necesarios para garantizar una buena producción, comercialización y exportación de los productos textiles.

Para exportar textiles desde Colombia se requiere cumplir ciertos parámetros y requisitos, con el fin de obtener los permisos y vistos buenos necesarios. Es importante tener en cuenta que los requisitos y vistos buenos pueden variar según el país importador y el tipo de producto, por ejemplo, para el sector textil tener en cuenta factores como: como el tipo de tela, los componentes y materiales utilizados, entre otros. Algunos de los vistos buenos o requisitos necesarios incluyen el certificado de origen, el registro único de proponentes (RUP), el registro de exportadores (RE), el certificado fitosanitario y el certificado de calidad.

Términos de negociación internacional Incoterms. Los Incoterms son un conjunto de términos comerciales estandarizados que definen las obligaciones y responsabilidades del

vendedor (exportador) y del comprador (importador) en una operación de importación o exportación (Cámara de comercio de Bogotá, 2019).

Existen dos tipos de reglas dentro de los Incoterms, la primera es un Incoterm para cualquier modo o modos de transporte, y la segunda es un Incoterm para transporte marítimo y vías navegables interiores, su objetivo principal de las reglas Incoterms es simplificar y analizar las transacciones internacionales, además de determinar un conjunto de términos que establezcan los derechos y responsabilidades tanto del exportador como del importador, es decir, estas reglas se establecerán de manera detallada, la distribución de las obligaciones y responsabilidades entre las partes involucradas, específicamente en la relación al método de transporte y el lugar de entrega de las mercancías, así como los gastos, trámites y pagos que se deben realizar (Procolombia, 2020).

Es esencial determinar previamente los términos de negociación internacional antes de cualquier procedimiento aduanero, así como en la elaboración de contratos, facturas y cotizaciones, ya que los Incoterms se adaptan a las necesidades, recursos y conocimientos de ambas partes, es importante destacar que los Incoterms no regulan las especificaciones de las mercancías, como el método o la divisa de pago, ni las sanciones por incumplimiento, entre otros. La Cámara Internacional de Comercio (ICC) actualiza los Incoterms cada 10 años, siendo la última actualización la del año 2020, que se detallan más adelante. (Cámara de comercio de Bogotá, 2019).

Para la descripción de los incoterms 2020 se analizó la guía de costes y riesgos de los Incoterms de Procolombia (2020). A continuación, se exponen los factores o ítems que deben ser considerados al determinar los costos y riesgos asumidos por los vendedores y compradores en la "Lista de factores negociados en los Incoterms". Esta lista fue creada a partir de los factores mencionados en la guía de costos y riesgos de los Incoterms 2020 de Procolombia, la cual se utilizó previamente para la descripción.

Lista de factores negociados en los Incoterms:

- ✓ Embalaje, verificación y control.
- ✓ Licencias, autorizaciones y formalidades.
- ✓ Formalidades aduaneras de exportación.
- ✓ Carga en fábrica o almacén.

- ✓ Transporte interior.
- ✓ Costes de manipulación en origen.
- ✓ Transporte principal internacional.
- ✓ Seguro.
- ✓ Costes manipulación en destino.
- ✓ Despacho de importación.
- ✓ Transporte interior en destino.
- ✓ Recepción y descarga.

Ilustración 9: Incoterms

INCOTERMS	Embalaje verificación control.	Licencias autorizaciones formales.	Formalidades aduaneras de exportación.	Carga en fábrica o almacén.	Transporte interior.	Costes manipulación en origen.	Transporte principal internacional	Seguro.	Costes manipulación en destino.	Despacho de importación.	Transporte interior de destino.	recepción y descarga.
REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE												
EXW	Coste											
	Riesgos											
FCA	Coste											
	Riesgos											
CPT	Coste											
	Riesgos					"(1)"	"(1)"					
CIP	Coste											
	Riesgos					"(1)"	"(1)"					
DAP	Coste											
	Riesgos											
DPU	Coste											
	Riesgos											
DDP	Coste											
	Riesgos											
REGLAS PARA TRANSPORTE MARITIMO Y VIAS NAVEGABLES INTERIORES												
FAS	Coste											
	Riesgos											
FOB	Coste											
	Riesgos											
CFR	Coste											
	Riesgos											
CIF	Coste											
	Riesgos											
	Vendedor		Comprador									
						El vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador, la de importación, a petición, riesgo y expensas del solicitante.				Dependiendo lugar entrega pactado	"(1)"	Por defecto el riesgo se transfiere en el primer

Nota. Tabla tipos de Incoterm, elaboración propia, tomada a partir de (Procolombia, 2020).

Para todas las descripciones y análisis de los Incoterms, se tomará en cuenta la "Lista de factores negociados en los Incoterms" previamente elaborada. Además, cualquier factor expuesto a continuación que se señale con el número uno entre paréntesis "(1)" significa que por defecto el riesgo se transmite en el primer porteador, esto quiere decir que Cuando se realiza una transacción comercial, el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere de una parte a otra según lo que se haya acordado previamente, si no se ha acordado lo contrario el riesgo se transfiere al primer porteador, es importante recalcar que las partes involucradas en la negociación o en la transacción comercial acuerden los términos de la transferencia de riesgos para evitar problemas y malentendidos en caso de un percance.

Tipos de Incoterms 2020 para cualquier medio de transporte.

Ex Works (EXW) o en Fabrica. Se tiene que para el incoterm EXW el vendedor asume los costes y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía; en licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riesgo y expensas del solicitante, esto significa que, si alguien necesita esta información, debe pedirla, y la persona que la pide debe pagar por los costos asociados con la obtención de la información. Además, la persona que la pide es responsable de cualquier riesgo que pueda surgir al obtener la información; Por último, en relación con cualquier factor que no se haya mencionado anteriormente en la "lista de factores negociados en los Incoterms", se entiende que el comprador es responsable de los costos y riesgos asociados.

Free Carrier (FCA) o Franco Transportista. En el incoterm FCA el vendedor asume los costes y riesgos en el embalaje, verificación, control de la mercancía, formalidades aduaneras de exportación y transporte interior, además para la carga en fabrica o almacén los riesgos y costos se asumen según pacten o acuerden las partes involucradas. En cuanto licencias, autorizaciones y formalidades como ya se mencionó el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riesgo y expensas del solicitante. Además, la persona que la pide es responsable de cualquier riesgo que pueda surgir al obtener la información; para finalizar, en relación con cualquier factor que no se haya mencionado anteriormente y que se encuentre en la "lista de factores negociados en los Incoterms", se entiende que el comprador es responsable de los costos y riesgos asociados.

Carriage Paid To (CPT) o Transporte Pagado Hasta. El incoterm CPT dicta que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, así como en las formalidades aduaneras de exportación y carga en fábrica o almacén. No obstante, el vendedor asume únicamente los costos, pero no los riesgos, del transporte interior (1), los costos de manipulación en origen (1) y del transporte principal internacional, donde los riesgos que no asume el vendedor son asumidos por el comprador. Respecto a las licencias, autorizaciones y formalidades, el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riego y expensas del solicitante; en último lugar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Carriage and Insurance Paid To (CIP) o Transporte y Seguros Pagados Hasta. El incoterm CIP establece que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, así como en las formalidades aduaneras de exportación y carga en fábrica o almacén. Además, el vendedor asume únicamente los costos, pero no los riesgos, del transporte interior (1), los costos de manipulación en origen (1), transporte principal internacional y seguro, donde los riesgos que no asume el vendedor son asumidos por el comprador. Respecto a las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riego y expensas del solicitante; para finiquitar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Delivered At Place (DAP) o Entregada En Lugar. El incoterm DAP establece que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, además de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén, transporte interior, los costos de manipulación en origen, transporte principal internacional y seguro, por otro lado, para el transporte interior en destino, los riesgos y costos se asumen según pacten o acuerden las partes involucradas. Referente a las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riego y expensas del solicitante; por último, los factores que no se haya mencionado

anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Delivered At Place Unloaded (DPU) o Entregada en Lugar Descarga. El incoterm DPU dice que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, también de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén, transporte interior, los costos de manipulación en origen, transporte principal internacional, seguro y los costes de manipulación en destino, cabe recalcar que, para el transporte interior en destino, los riesgos y costos se asumen según pacten o acuerden las partes involucradas. Respecto a las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riego y expensas del solicitante; para finalizar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Delivered Duty Paid (DDP) o Entregada Derechos Pagados. El incoterm DDP explica que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, también de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén, transporte interior, los costos de manipulación en origen, transporte principal internacional, seguro, costes de manipulación en destino y el despacho de importación, es importante recalcar que, adicionalmente , para el transporte interior en destino, los riesgos y costos se asumen según pacten o acuerden las partes involucradas. Respecto a las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riego y expensas del solicitante; para finalizar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Tipos de Incoterms 2020 únicamente para transporte marítimo

Free Alongside Ship (FAS) o Franco al Costado del Buque. El incoterm FAS establece que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, también de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén y transporte interior. Respecto a las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riego y

expensas del solicitante; en último lugar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Free On Board (FOB) o Franco a Bordo. El incoterm FOB establece que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, también de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén, transporte interior y los costes de manipulación en origen. Por otro lado, las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riesgo y expensas del solicitante; para finalizar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Cost and Freight (CFR) o Coste y Flete. El incoterm CFR determina que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, también de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén, transporte interior y los costes de manipulación en origen, además el vendedor comparte los costos y riesgos del transporte principal internacional con el comprador. Cabe recalcar que, las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riesgo y expensas del solicitante; para finiquitar, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

Cost, Insurance and Freight (CIF) o Coste, Seguro y Flete. El incoterm CIF establece que el vendedor asume los costos y riesgos en el embalaje, verificación y control de la mercancía, también de las formalidades aduaneras de exportación, carga en fábrica o almacén, transporte interior y los costes de manipulación en origen, además el vendedor comparte los costos y riesgos del transporte principal internacional y el seguro con el comprador. Respecto a, las licencias, autorizaciones y formalidades el vendedor debe proporcionar la información necesaria para la exportación y el importador la de importación, a petición, riesgo y expensas del solicitante; por último, los factores que no se haya mencionado anteriormente y que estén en la “lista de factores

negociados en los Incoterms”, será responsabilidad del comprador, quien deberá asumir los costos y riesgos asociados.

4.2.2 Al momento de exportar

Registro ante la ventanilla única de comercio exterior Vuce. Con el decreto No 4149 del 10 de diciembre del 2004 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), se creó la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) con el fin que los exportadores e importadores puedan realizar trámites en línea que son necesarios para obtener autorizaciones, permisos, certificaciones o vistos buenos previos, que son exigidos por múltiples entidades competentes para la realización de operaciones de importación y exportación. La VUCE usa tecnología de firma digital la cual garantiza la seguridad jurídica de los múltiples tramites, además de permitir pagos electrónicos en línea, todo esto logra agilizar los procesos de pago frente a las entidades competentes (Procolombia, 2004).

Según Procolombia (2004), explica que:

El sistema VUCE brinda al usuario los elementos necesarios para que pueda realizar el trámite electrónico de exportaciones e importaciones, garantizándole: agilidad, integridad, disponibilidad y confiabilidad en el trámite y lo más importante la seguridad de la información con el uso de la firma electrónica. (par, 3)

En la VUCE existe la participación de distintas entidades gubernamentales, estas son las encargadas de realizar controles sobre las operaciones de importaciones y exportaciones en todo el territorio nacional; A continuación, se expondrán las entidades que participan en la VUCE.

Mincomercio, Mintransporte, Mindefensa, Minenergía, Cancillería de Colombia, Minjusticia, Minambiente, Minagricultura, Industria y Comercio Super Intendencia, Supervigilancia, Policía Nacional, DIAN, Agencia Nacional de Hidrocarburos (ANH), Autoridad Nacional de licencias Ambientales (ANLA), Agencia Nacional de Minería, Servicio Geológico Colombiano, Instituto Colombiano, Agropecuario (ICA), Fondo Nacional de Estupefacientes (UAE), Indumil, Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP) Y Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (IMVIMA).

Registro para determinación de origen o certificado de origen. El registro de la denominación de origen y el certificado de origen son dos procedimientos que protegen y promueven la calidad y autenticidad de algunos productos. El registro de denominación de origen es un proceso legal que ayuda a proteger y reconocer el nombre de una región, localidad o lugar geográfico, para la asignación de un producto agrícola o alimenticio que tenga ciertas características que se relacionan a su origen geográfico como el clima, suelo, entre otros.

Por otro lado, se tiene que el certificado de origen es el documento que respalda una mercancía exportada mostrando su país de origen; este certificado se utiliza para fines aduaneros, fiscales y comerciales, donde se obtiene preferencias en los aranceles y en acuerdos comerciales. En Colombia el ya mencionado certificado de origen es una solicitud que al obtenerla prueba el origen a través de un documento, dicho documento respalda o acredita que los productos fueron elaborados en este caso Colombia, además es importante recalcar que existe una declaración juramentada de origen la cual requiere de una firma digital para presentar dicha declaración la cual es necesario para obtener el certificado de origen, esta declaración se fue para que el productor proporcione información acerca de los procesos productivismo, materiales utilizados, costos de producción y en general toda actividad que involucre la producción del producto y así determinar que el producto si es originario (Procolombia, 2012).

Procedimiento aduanero de exportación de bienes. El proceso aduanero de exportación de bienes en Colombia se refiere a la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país o a una zona franca. Para este proceso, es esencial cumplir con todos los requisitos establecidos por las normas. Es importante tener en cuenta que cuando el valor de las mercancías a exportar supera los 30 mil dólares (Valor FOB), se debe realizar el proceso a través de una agencia de aduanas autorizada por la DIAN. La agencia representará al exportador ante las autoridades aduaneras y brindará orientación detallada en todo el proceso.

Es indispensable tener en cuenta los siguientes pasos para el envío de los bienes o productos:

- **Solicitud de autorización de embarque (SAE):** La autoridad aduanera acepta la SAE cuando confirma su recepción satisfactoria mediante el sistema. La vigencia de la SAE es de un mes, después del cual se debe presentar una nueva solicitud. Durante este período, se debe realizar el traslado e ingreso de la carga a una zona primaria (puerto, aeropuerto,

puesto de frontera o zona franca) y su posteriormente el embarque, utilizando la planilla de traslado a través de servicios informáticos electrónicos autorizados.

- Traslado al lugar de embarque o zona franca con planilla de traslado: el sistema informativo de la DIAN ofrece la posibilidad de realizar el “levante automático” esto significa que no hay que hacer una inspección aduanera. En este caso, el sistema informático de la DIAN aprueba la declaración de exportación (DEX) y no se requiere algún trámite adicional. Por otro lado, en caso de que sea necesaria la inspección aduanera la cual puede ser documental física o no intrusiva, esto dependerá del análisis de riesgo. Es importante mencionar que el declarante también puede solicitar la inspección aduanera.
- Ingreso a zona primaria aduanera o zona franca.
- Inspección aduanera.
- Autorización de embarque: la autorización del embarque se realizará cuando la autoridad aduanera tenga satisfacción con respecto a los documentos, la carga, el cumplimiento de los tiempos y los procesos establecidos.
- Embarque: el embarque hace referencia a la operación de cargue al medio de transporte de la mercancía que se va a exportar.
- Certificación de embarque: el transportador envía la información del manifiesta de carga a través de sistema informático dentro del tiempo de los plazos establecidos.
- Declaración de exportación definitiva: una vez completados los trámites previos el exportador o declarante deberá presentar la DEX a través del sistema informático de la DIAN. Este paso define la finalización del proceso (Cámara de comercio de Bogotá, 2019).

Los documentos soporte de autorización de solicitud de embarque para tener en cuenta para el procedimiento aduanero de exportación de bienes en Colombia son:

Factura comercial en inglés y español si es requerido, que incluya información importante como el valor en una moneda o divisa fuerte como el dólar, la cantidad de productos, la subpartida arancelaria, descripciones detalladas de los productos, los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y la forma de pago. Además, se debe incluir una lista de empaque, vistos buenos y certificados de origen si son requeridos (Procolombia, 2018).

Exportación de muestras sin valor comercial. Una exportación de muestra sin valor comercial se puede evidenciar como los productos o manufacturas que son enviadas fuera del país, con el objetivo de demostrar sus características ya sea con valor o sin valor comercial, cuando la muestra enviada no es posible vender en el exterior, se considera sin carácter comercial.

Es importante saber que las muestras no deben ser destinadas a la venta para el país de destino, pero esto puede variar dependiendo la legislación de cada país.

Para cualquier transacción comercial con compradores del exterior o zonas comerciales especiales implica una exportación, y los procedimientos de envío están determinados por el régimen aduanero, el cual hace referencia al concepto de exportación y establece los pasos a seguir en cada caso.

A continuación, se mencionarán los trámites previos para la exportación de una muestra sin valor comercial: Registro ante Cámara de Comercio y Obtención del NIT, Registro Único Tributario –RUT, Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), Registro ante la Sección de Exportaciones de la Aduana de Salida, dentro de los Requisitos de Origen se encuentran los criterios generales y el certificado de origen, para la Expedición del Certificado de Origen se necesita el registro como productor nacional y Registro Ventanilla Única de Comercio (VUCE).

4.2.3 Después de exportar

Documentos de la exportación. Según Procolombia (2018), explica que:

En cada proceso exportador que culmine, usted debe conservar la siguiente documentación que usará como soporte de su actividad exportadora y además necesaria para respaldar el reintegro de divisas. Recuerde guardar estos documentos por cinco años, tiempo en el cual la DIAN puede hacer un proceso de verificación (Art. 147 Decreto 390/2016). (p,18)

- Factura comercial, lista de empaque, Vistos buenos, Certificado de Origen y demás documentos que utilizo para realizar la exportación.
- Documento de transporte conocimiento de embarque, guía aérea o Carta porte.
- Declaración de exportación -DEX- (forma 600)
- Declaración simplificada de exportación -código 610- (en caso de muestras Sin valor comercial)

Reintegro de divisas. Cuando un exportador despacha mercancía al exterior, puede recibir como forma de pago cheques, transferencias o, en casos excepcionales, efectivo. Estos recursos se conocen como moneda extranjera y deben ser reintegrados al país para cumplir con las normas bancarias. Esto implica la monetización de las divisas para acreditar la cuenta del cliente en moneda legal.

Existen tres mecanismos para hacer el reintegro por transferencia. En primer lugar, se pueden hacer transferencias que se abonarán al cliente una vez que se confirme su acreditación en nuestro banco corresponsal y que el cliente cumpla con el requisito de presentación de la declaración de cambio. En segundo lugar, está el reintegro mediante un cheque. Para ello, el banco hace las gestiones de presentación para el pago del cheque a través de sus corresponsales. Por último, existe el reintegro en efectivo, que solo se aplica a clientes muy especiales y está sujeto a la política establecida por el Banco para la recepción de divisas en efectivo.

Modalidades de exportación. Es importante mencionar que en todo este proceso existen diferentes modalidades de exportación, las cual se pueden adaptar a las necesidades del exportador obteniendo ventajas competitivas cuando se las conoce y se las aplica adecuadamente.

- Exportación definitiva: Tiene como objetivo la regulación de salida de las mercancías de un país para su consumo o uso final en otro país.
- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo: Regula la salida temporal de productos nacionales o nacionalizados del territorio aduanero nacional con fin de ser sometidos a procesos de transformación, elaboración o reparación en el extranjero.
- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado: Regula la salida temporal de productos nacionales del territorio aduanero nacional para cumplir con un propósito específico en el extranjero en un plazo determinado.
- Reexportación: Regula la salida definitiva del territorio aduanero nacional de productos que previamente fueron sometidos a una modalidad de importación temporal o a la modalidad de transformación o ensamble.
- Reembarque: Regula la salida del territorio aduanero nacional de productos provenientes del exterior que se encuentren en almacenamiento y que no han sido objeto de abandono legal ni de ninguna modalidad de importación.

- Exportación por tráfico postal y envíos urgentes: Esta modalidad es una opción para aquellos productos cuyo valor no es muy elevado y el cual requieren una entrega rápida a su destinatario.
- Exportación de muestras sin valor comercial: Es posible exportar mercancías como muestras sin valor comercial, siempre y cuando su valor FOB total no supere el monto establecido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales en una resolución.
- Exportaciones temporales realizadas por viajeros: Los viajeros pueden llevar productos con ellos al salir del país y traerlos de vuelta sin tener que pagar impuestos siempre y cuando no hayan sufrido ninguna modificación mientras estaban fuera del país.
- Exportación de menajes: Esta modalidad hace referencia a los objetos personales que llevan los residentes del país al salir del territorio nacional para establecerse en el extranjero.
- Programas Especiales de Exportación: El Programa Especial de Exportación (PEX) es un acuerdo comercial en el que un comprador extranjero adquiere materias primas, insumos, entre otros, de un productor colombiano y los entrega a otro productor también en Colombia. Este segundo productor elabora y exporta los bienes manufacturados a partir de dichas materias primas o insumos, según las instrucciones del comprador extranjero.

4.3 Desarrollo de un manual para la mejora en los procesos de las Mipymes.

El propósito de esta fase del proyecto es la creación de un manual de exportación e internacionalización dirigido específicamente a las Mipymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá. Para lograrlo, se han utilizado dos manuales o guías existentes que proporcionan la mayoría de la información relevante para el proceso de exportación e internacionalización. Además, se ha recopilado información adicional de diversas fuentes y de las fases previas del proyecto, que se han analizado e integrado cuidadosamente para determinar los pasos necesarios y el orden organizacional de dichos pasos. La meta final para esta fase del proyecto es proporcionar un manual que sea fácil de entender y que proporcionando la información necesaria pueda facilitar el proceso de internacionalización para las Mipymes del sector textil subsector confecciones de la ciudad de Bogotá.

La validación respecto a la utilidad y practicidad del manual propuesto es respaldada por medio la opinión o concepto de un experto, el experto en cuestión se llama Aníbal Fonseca López un profesional destacado en el campo del comercio internacional, con amplia experiencia y una especialización en gerencia de formulación y evaluación de proyectos, ha trabajado durante 30 años en el área de comercio internacional donde actualmente trabaja en una forma de consultoría jurídica económica y negocios internacionales llamada Araújo Ibarra y Asociados, en donde lidera un área especializada en el asesoramiento a empresas en todos los temas de negocios y comercio internacional, donde se busca la mejor oportunidad para poder invertir y hacer crecer los negocios en toda la parte de exportaciones, importaciones e inversiones además de toda la parte aduanera. Es importante resaltar que, cuenta con aproximadamente 20 años de experiencia en plazas de programas de comercio internacional en diferentes universidades, actualmente el profesor Fonseca López es docente en la Universidad Cooperativa en el programa de comercio, dictando algunas materias básicas como legislación aduanera, logística portuaria y aranceles.

La opinión o concepto del experto Aníbal Fonseca fue obtenida por medio de una grabación de voz mediante una reunión remota, esta reunión ocurrió el 8 de marzo del 2023, donde opino y resaltó la importancia de cada uno de los pasos planteados en el manual propuesto para esta fase del proyecto, Fonseca determina que el manual tiene los pasos esenciales y que la información brindada es pertinente, útil y práctica, además de dar su concepto de los pasos propuestos en el manual, a continuación se exponen algunos de los puntos del manual que Fonseca destacó en la reunión:

Los textiles y confecciones colombianas son reconocidas por su alta calidad y diseño, los cuales son atributos o factores que vuelven estos productos competitivos, a pesar de esto Fonseca (2023), resalta que existen problemáticas como la competitividad frente a la competencia internacional como lo son algunos países Asiáticos los cuales ofrecen precios más bajos debido a sus bajos gastos operativos, es importante resaltar que también se menciona la importación de insumos para la fabricación de productos textiles y/o confecciones por parte de empresas colombianas, esto se debe a que dichos insumos son mucho más económicos, Fonseca (2023), dice que la gran problemática de la importación de insumos es que las empresas se cohiben de beneficios como las preferencias arancelarias las cuales se obtienen con la certificación de origen, dicha certificación de origen exigen múltiples parámetros para que los productos se consideren

originarios de Colombia, Fonseca finaliza respecto a las problemáticas diciendo que el desconocimiento de los empresarios también es una causal de la no exportación.

Por otro lado, Fonseca (2023), habla sobre la correcta clasificación arancelaria, esta es fundamental para las empresas ya que pueden generar ahorros y utilidades significativas. Una clasificación arancelaria adecuada permite identificar los impuestos que se deben pagar al importar y exportar, así como los permisos o autorizaciones necesarias para la exportación. Esta clasificación es un sistema armonizado el cual funciona como un lenguaje universal económico utilizado por más de 180 países que pertenecen a la Organización Mundial de Aduanas (OMA), por lo que una correcta clasificación evita sanciones y costos adicionales. Es indispensable conocer las características y composición de las mercancías para asignar la clasificación correcta.

Acerca de los vistos buenos se resalta que se hacen por medio de la (VUCE), se dice que los vistos buenos buscan el bienestar ambiental, animal y humano.

Fonseca (2023), resalta algunas de las problemáticas en las aduanas de Colombia, como los son la falta de tecnología y sistematización en las aduanas, por ejemplo; no existe una comunicación o sistema que permita intercambiar la información entre aduanas del país, es decir, la aduana de Bogotá no sabe lo que entra o sale de otras aduanas y viceversa, lo que da pie a procesos lentos, ineficientes, además de los tiempos perdidos en inspecciones debido a otro fenómeno el cual es el lavado de activos.

Por otro lado, se habla de los Incoterms los cuales inician la negociación de las responsabilidades entre el exportador y el importador, Fonseca (2023), dice que para cualquier empresario que exporte lo ideal o soñado es el Incoterm Ex Works, pero la realidad es que no es así, por ende, se deben ofrecer o negociar Incoterms con responsabilidades mejor distribuidas. además, se menciona que la modalidad de transporte usada frecuentemente para los textiles es por vía aérea, ya que son mercancías livianas y como en su mayoría las exportaciones son de Mipymes, es decir, se realizan exportaciones de montos pequeños. Otro de los factores que influye para escoger la vía aérea para la exportación en los productos textiles en Bogotá se debe a los grandes costos logísticos generados por la topografía que dificulta las operaciones de exportación, esto implica que al decidirse por otra modalidad de transporte como el marítimo sería muy costoso llevar o traer mercancías desde los puertos, sin embargo, la ventaja de Bogotá es que tiene uno de los

aeropuertos más grandes de América, donde tiene conexión con las capitales más importantes del mundo, lo que se resume en eficiencia.

Respecto a la VUCE se menciona que es una herramienta fundamental para las operaciones internacionales, pero se debe tener en cuenta que no funciona óptimamente debido a que existen muchos procedimientos que se desarrollan de manera manual, además de las demoras en cuanto a la respuesta por parte de la VUCE o entidades que se integran.

Para finalizar Fonseca (2023), concluye diciendo que el manual es pertinente y práctico para encaminar a los empresarios que no cuentan con el conocimiento adecuado para la actividad exportadora, ya que proporciona los pasos e información valiosa e indispensable.

A continuación, se expone la portada del manual que se ha elaborado para esta etapa del proyecto, así como un enlace para acceder al manual completo.

Ilustración 10: Manual para la Internacionalización de textiles



Nota. Manual para la internacionalización de las Mipymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá, elaboración propia.

A continuación, se proporciona el enlace y el código QR del Manual para la internacionalización de las Mipymes del sector textil, subsector de confecciones de la ciudad de Bogotá.

<https://me-qr.com/es/mobile/pdf/13502132>



5. Conclusiones

Lo expuesto anteriormente permite concluir que, las MiPymes del sector textil son un gran e indispensable aporte económico para el país, esto puesto que el sector textil genera un gran aporte a distintos indicadores, como por ejemplo la empleabilidad, el PIB, el consumo dentro del sector, entre otros.

Pese al gran y positivo impacto que generan las MiPymes en la economía nacional, estas no son tan relevantes en el comercio internacional, esto se debe a que estas enfrentan múltiples problemáticas, como por ejemplo el desconocimiento en el ámbito internacional, la informalidad que reduce las posibilidades para que una empresa pueda solicitar financiamiento, la competencia internacional, entre otros.

Teniendo en cuenta todas estas problemáticas, en el transcurso del desarrollo de este proyecto de investigación se realizó la caracterización y se hizo un análisis o diagnósticos específicamente de las MiPymes del sector textil, donde se evidenciaron todas las problemáticas y la importancia de las MiPymes en dicho sector que ya se mencionaron. Además, se expusieron las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas por medio de una matriz DOFA. Con esta información, se abre una oportunidad para trabajar en estrategias que fortalezcan a estas MiPymes y les permitan ser competitivas en el mercado internacional, potenciando aún más su aporte a la economía del país.

Por otro lado, se recolectó toda la información pertinente respecto a cómo exportar productos desde Colombia, donde se establecieron y plantearon múltiples pasos para lograr la

internacionalización, esto dio lugar a la creación del “Manual para la internacionalización de las MiPymes del sector textil, subsector confecciones de la ciudad de Bogotá D.C”.

Este manual fue desarrollado en colaboración con las fases anteriores del proyecto, y aunque ofrece toda la información necesaria, pertinente y práctica, se enfoca en el sector textil y confecciones de la ciudad de Bogotá. Cabe destacar que, aunque este manual puede ser útil para la exportación de productos en general y en toda Colombia, como ya se mencionó se priorizó el enfoque en la ciudad de Bogotá, esto con el fin de lograr una mejor alineación con las necesidades y características del sector textil local.

A lo largo del proyecto de investigación, se han desarrollado tres fases las cuales permitieron responder la pregunta de investigación: “¿Qué necesita una MiPymes del sector textil para lograr su internacionalización?”. Como resultado de este proceso, se concluye que la formalización de la empresa es fundamental para ampliar sus capacidades financieras, lo que les permitiría solicitar créditos o financiamiento y lograr un crecimiento a través de la inversión en tecnología, capacitación y especialización en procesos productivos.

Además, la capacitación en el ámbito internacional es fundamental para poder competir en el mercado global. El manual elaborado en la fase 3 de este proyecto proporciona la información esencial para llevar a cabo la actividad exportadora, lo que podría resultar en diversos beneficios, entre ellos se incluyen la reducción de riesgos financieros al no depender de un solo mercado, el fortalecimiento del posicionamiento e imagen empresarial gracias a la percepción de competitividad y capacidad generada en los clientes y empresas y la generación de ingresos en moneda extranjera.

Por último, es crucial destacar que la información y estructura del manual propuesto se basan en información de dos guías o manuales para exportar bienes en Colombia de entidades gubernamentales, además de estar mejorado basado en los conceptos y opiniones de un experto y profesional de comercio internacional. Esto respalda la calidad y relevancia de los contenidos, así como su adecuación y pertinencia a las necesidades y desafíos del entorno actual en el comercio internacional, específicamente en las exportaciones. De esta forma, se logra que el usuario del manual pueda contar con una guía confiable y efectiva para llevar a cabo sus actividades de exportación con éxito y eficiencia.

6. Referencias

- ANIF. (2021). Retos y oportunidades de las pymes. *centro de estudios económicos*.
<https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>
- Armijos, Y., Ludeña, X., & Ramos, A. (2017). *El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores*.
<https://revistas.unl.edu.ec/index.php/economica/article/view/213/196>
- Banco de desarrollo de América Latina. (2019). *Índice de Políticas PYME: América Latina y el Caribe 2019*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2019/04/indice-de-politicas-pyme-america-latina-y-el-caribe-2019/#:~:text=Las%20PYME%20representan%20más%20del,de%20pol%C3%ADticas%20de%20la%20región>
- Barreiro, X. (2015). *Internacionalización de la mediana empresa: Una revisión teórica de los principales modelos*.
<http://201.159.223.2/bitstream/123456789/615/1/Internacionalizacion%20X-Barreiro.pdf>
- Batalla, D. (2013, marzo 9). El modelo de Uppsala. *Nociones de economía y empresa*.
<https://nocionesdeekonomiayempresa.wordpress.com/2013/03/09/el-modelo-de-uppsala/#more-1009>
- Calambur, C. (2016, agosto 11). *El diseño, la clave para diferenciarse*.
<https://calamburblog.wordpress.com/2016/06/28/el-diseno-la-clave-para-diferenciarse/>
- Cámara de comercio de Bogotá. (2019). *Proceso general de exportación en Colombia: 10 pasos para exportar*.
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14388/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20Proceso%20general%20de%20exportaci%C3%B3n%20en%20Colombia%20%28002%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Camargo, M. I., Milton, C. R., José, D. A., & Gonzalo, A. (2018). Diagnostico financiero y desempeño exportador de las Mipymes colombianas MSMEs Financial Assessment and export performance. En *Panorama Económico* (Vol. 26, Número 4).

- Chacholiades, M. (1980). *Capítulo I Principales teorías sobre comercio internacional*.
- Colombia Productividad. (2018). *Sector sistema moda*. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/pactos-por-el-crecimiento/pacto-por-el-crecimiento-y-para-la-generacion-8/infografia-sistema-moda-29-11>
- DANE. (2022, diciembre). *Empleo y Desempleo*. [https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=La%20tasa%20global%20de%20participaci%C3%B3n,2021%20\(55%2C5%25\)](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=La%20tasa%20global%20de%20participaci%C3%B3n,2021%20(55%2C5%25)).
- Digital, R. (2022, agosto 6). *10 aspectos que Influyen las decisiones de Compra*. *Revista Empresarial & Laboral*.
- Duque, L., & Camelo, P. (2017). *Estrategia de internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá*. https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio
- Euroinnova, B. S. (2023, enero 27). *Tendencias de la traducción en 2023*. <https://www.euroinnova.edu.es/blog/la-calidad-como-fuente-de-fidelidad#:~:text=de%20tiempo%20considerable.-,La%20calidad%20como%20elemento%20fundamental%20para%20alcanzar%20una%20mayor%20fidelidad,por%20parte%20de%20nuestros%20clientes>.
- Fashion, L. & R. (2021). *La industria textil en Colombia*. <https://pe.fashionnetwork.com/news/Industria-textil-en-colombia-150-anos-de-historia,685234.html#fashionweek-alberta-iceberg>
- González, T. (2016, abril 22). *Industria textil en Colombia 150 años de historia*.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2008). *metodología de la investigación sexta edición*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Informe Sectorial. (2022). *Informe sector textil y confecciones*.
- Kisiryán, M. (2015). *Importación*. En *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>

- Medina, E. (2017, agosto 28). *¿Está en crisis la industria textil?*
<https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/1qcu9NmZgiSPYUpqVMNRft/lists/7vD21tBVRCmJWzDunbwea3/>
- Meneses, P. A. (2014). *Caracterización y medidas para enfrentar la crisis de la industria textil y confecciones en Colombia.*
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/32461/MenesesAmarilesPaulaAndrea2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINCIT. (2019). *Marco Estratégico en política de PYME 2030.* <https://industria.gob.es/es-es/Servicios/MarcoEstrategicoPYME/Marco%20Estrat%C3%A9gico%20PYME.pdf>
- Ministerio de Comercio, I. y T. (2019, junio 6). Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos. *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.*
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>
- Norma Internacional de Contabilidad 18. (2001). *Ingresos de Actividades Ordinarias.*
http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/adjuntos/niif/17.%20ES_NIC18_PartA.pdf
- Portafolio, R. (2007). *La tecnología va de la mano de la competitividad.*
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/tecnologia-mano-competitividad-422486>
- Procolombia. (2004). *¿Qué es la Vuce?* <https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-es-la-vuce>
- Procolombia. (2012). *Expedición del Certificado de Origen.*
<https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/como-se-realiza-la-expedicion-del-certificado-de-origen>
- Procolombia. (2018a). *Identificación Arancelaria* .
<https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/como-identifico-la-posicion-arancelaria>
- Procolombia. (2018b). *Guía práctica para conocer el proceso de exportación de bienes* .
Procolombia. <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-conocer-el-proceso-de-exportacion-de-bienes>

Procolombia. (2019a). *Industria de la moda*.
<https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda>

Procolombia. (2019b, enero 22). Datos claves sobre las exportaciones de Pymes en Colombia.
Procolombia. <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/datos-claves-sobre-las-exportaciones-de-pymes-en-colombia>

Procolombia. (2020). *Herramientas y servicios para el exportador Incoterms 2020*.

Rosa, P. (2012). *El modelo ricardiano de ventaja comparativa y el comercio contemporáneo: El caso del sector de “Equipos de transporte” en la industria manufacturera*. XXXVII, 529–555. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87025385007>

Trujillo, Gamba, M., & Arenas, L. (2016). *Las dificultades de las Pymes en América Latina y Colombia para lograr ser competitivas y sostenibles*.

Trujillo, Rodríguez, D., Guzmán, A., & Becerra, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*.
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>