

**CONSECUENCIAS DE LA VINCULACIÓN DE CHINA A LA
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO SOBRE LA INDUSTRIA
TEXTIL COLOMBIANA**

GUSTAVO ANDRÉS CARDONA GALLEGO

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL
ROSARIO
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES
BOGOTÁ, D.C
2007**

“Consecuencias de la vinculación de China a la organización mundial del comercio sobre la industria textil colombiana”

**Monografía presentada
como requisito para optar por el título de
Internacionalista
en la Facultad de Relaciones Internacionales
de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario**

**Presentado por:
Gustavo Andrés Cardona Gallego**

**Dirigido por:
Iván Amaya**

Semestre II 2007

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. COMPORTAMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL COLOMBIANA POR PRESIÓN DE PRECIOS.	4
1.1 CONTEXTO ACTUAL	4
1.2 COSTOS DE MANO DE OBRA BAJOS	6
1.3 PRODUCCIÓN EN VOLUMEN CON BÚSQUEDA EN LA REDUCCION DE COSTOS	10
1.4 VINCULACIÓN DE CHINA A LA OMC	13
2. PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD EN CALIDAD PARA LOS TEXTILES COLOMBIANOS. Cáp. 2	17
2.1 PLUS DE CALIDAD	18
2.2 IMPACTO DE LA OMC EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS CHINOS	19

3. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GÉNERICAS CHINAS. Cáp. 3	24
3.1 CHINA Y LA ESTRATEGIA DE LIDERAZGO DE COSTO	24
3.2 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	27
3.3 ESTRATEGIA GENÉRICA DEL ENFOQUE	29
CONCLUSIONES	34
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

“En el afán de mantenernos un paso delante, en cualquier clase de situación que pudiera afectar el estatus quo de nuestra sociedad, es indispensable tratar de prever situaciones o diferentes escenarios que tiendan a repercutir sobre el país.

En una sociedad tan globalizada como la presente es necesario mantener un centinela que anuncie cualquier clase de cambio o movimiento importante dentro del sistema internacional, en la pretensión de prever circunstancias que pudiesen afectar algunas de las dimensiones de nuestra sociedad colombiana, sea esta económica, o social.”¹

Las intenciones de la Organización Mundial del Comercio por vincular a China dentro de este organismo, en un principio, vislumbraban solamente oportunidades positivas para Occidente². Sin embargo, era claro que un movimiento de este tipo agitaría el sistema internacional. Esta red de Estados y de actores internacionales tendría hacia futuro uno de sus más grandes choques a partir de la vinculación de China a la OMC, situación que no se alcanzó a prever con la suficiente anticipación.³ Las cartas estaban echadas y no había marcha atrás, y así llegó el 11 de diciembre del 2001, fecha en la cual China comenzó a ser parte activa dentro de la OMC, y los efectos no se hicieron esperar. Los enlaces como la comunicación, las relaciones económicas y demás acciones que ponen en escena a un Estado en el ámbito internacional eran bajos, lo que dificultaba la condición de compra esperada en China por los demás países miembros de la OMC.

Por otro lado, China había venido creando e invirtiendo grandes cantidades de recursos en todas sus industrias productoras de materias primas con miras a convertirse en el mayor exportador a nivel mundial. Luego de esta vinculación a la OMC, China da comienzo a este nuevo proceso de conquista de carácter económico comercial, por encima de todos los nichos de mercado tradicionales de otras economías, entre estas la colombiana. La industria textil china, en la actualidad, es

¹ Nota del Autor

² Ver: Pitman B. Potter. The Legal Implications of China's Accession to the WTO. The China Quarterly, No. 167. (Sep., 2001), pp. 592-609.

³ Comparar: BBC news, Avalancha China. Documento electrónico

mucho más competitiva en términos de precios que la industria textil colombiana, puesto que existen unas condiciones óptimas para la producción a bajo costo, entre las cuales se encuentra la sobre oferta de mano de obra y la producción en masa.⁴ Esta situación ha generado algunas pérdidas en exportación a la industria textil colombiana, y el posible desplazamiento exacerbado de nichos de mercado tradicionales colombianos en el exterior, como consecuencia de la paridad de productos textiles chinos y colombianos como se expone en el documento creado por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo)“Debe América Latina Temerle a China?”⁵. Pero lo que se observa con mayor relevancia es una capacidad de inversión en tecnología por parte del gigante asiático dentro de sus mismas industrias, con la intención de aumentar su competitividad, creado un conjunto de circunstancias que podrían hacer cada vez más difícil el actuar competitivo de la industria textil colombiana.⁶

Colombia ha tenido una tradición textil que gracias a grandes esfuerzos es reconocida a nivel mundial. Los esfuerzos de esta industria por tratar de mantener un estatus alto en sus textiles, le han representado años de arduo trabajo, comenzando en 1886 con la creación de la primera empresa en Colombia de tejidos e hilados de Samacá, Boyacá. Posteriormente, en 1920 se crearon en Antioquia, Coltejer y Fabricato, esto por la necesidad de suplir los mercados de exportación cerrados de Estados Unidos, y Europa durante la primera guerra mundial. A raíz del buen desempeño de las empresas textiles colombianas, se comienza a observar con nuevos ojos el sector textil, en una economía por tradición cafetera. En la actualidad la industria textil colombiana es reconocida a nivel internacional gracias a su calidad y diseño; sin embargo este logro como se ha apreciado podría estar en gran peligro.⁷

En función de lo anterior, este trabajo de grado estará dirigido al estudio y exposición del caso: *consecuencias derivadas de la vinculación de China a la OMC y*

⁴ Anexo 1

⁵ BID. Banco Interamericano de Desarrollo. “¿Debe América Latina Temerle a la China? Pág. 7 (26 de Noviembre de 2007)

⁶ Anexo 3

⁷ Ver: Talla mundial. *Revista Cambio*, Edición N^o. 580. pagina; 48, 49. (9 de Agosto de 2004). P.48-49

sus mayores repercusiones en el ámbito nacional e internacional del sector textil. Para este estudio será necesario en primera medida analizar el efecto generado por la presión de precios textiles chinos, sobre la industria textil colombiana. En concreto se va a analizar la capacidad de perjuicio que este factor podría llegar a tener tanto en la industria textil colombiana como en sus mercados de exportación. Todo esto con el objetivo de demostrar que se han detectado efectos sobre la industria, y cómo sus derivaciones podrían llegar a afectar la industria textil en general. Luego de este ejercicio de observación, será necesario entrar a estudiar cómo ha sido la adquisición del plus de calidad alcanzado por la industria textil colombiana, y cómo este podría estar en peligro con la vinculación de China a la OMC. La pérdida de esta superioridad en términos de calidad que se tiene frente a los productos textiles chinos, puede aumentarse debido a los estándares de calidad más elevados a los cuales China se está enlazando y los que ella misma ha podido conseguir gracias a los lucros obtenidos de su vinculación a la OMC.

La actualización de tecnología por parte de la industria textil china puede generar una superación en términos de calidad, una igualdad con la industria textil colombiana o superación de ésta, lo que podría dar paso al detrimento de la ventaja en calidad de los productos colombianos frente a los chinos, o en términos más sencillos, la pérdida de nuestra ventaja competitiva.⁸

En tercer lugar se buscarán conjeturas a partir de la aplicación de una teoría de globalización, como la de *ventaja competitiva* del autor, Michael E. Porter. Se espera que con la aplicación de esta teoría se pueda comprender aún más el papel internacional que China está asumiendo en estos momentos, con su vinculación a la OMC.

Por último, establecer las conclusiones del estudio de las consecuencias derivadas de la vinculación de China a la OMC, y con estas mismas, describir un posible escenario dentro del cual la industria textil colombiana puede llegar a desenvolverse en medio de este problema.

⁸ Comparar: Xinhua. Centro de Información Internet de China. Consulta realizada en fecha: 2005/09/27 10:59. Documento electrónico
Comparar: BID. Banco Interamericano de Desarrollo. ¿Debe América Latina temerle a China?

1. COMPORTAMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL COLOMBIANA POR PRESIÓN DE PRECIOS

El primer capítulo de este trabajo va a centrarse en el estudio de la presión de los precios textiles chinos sobre la industria textil colombiana. En concreto, se analizará la influencia negativa que este factor podría llegar a tener tanto en la industria textil como en sus mercados de exportación. Todo esto, con el objetivo de demostrar cuáles efectos se han detectado dentro de la industria, y como sus derivaciones podrían llegar a afectar la industria textil en general.

1.1 CONTEXTO ACTUAL

La industria textil colombiana se encuentra en la actualidad compitiendo contra la mayor potencia productora de textiles y confecciones del mundo, China, la cual a su vez se ha venido fortaleciendo con mayor ahínco en los últimos años.⁹

La entrada de China a la OMC en el 2001 generó una evolución histórica en la industria textil china, puesto que le permite acaparar un mercado mayor al que tenía para convertirla en la primera potencia mundial productora de textiles y confecciones. Esta entrada le ha generado un gran marco de acción a escala mundial ya que éste le ha permitido una incursión favorable en el mercado internacional. Hoy se caracteriza por su fuerte interés en expandir y fortalecer la industria textil. Cientos de ferias textiles se están llevando a cabo en este país con la intención de dar una idea favorable a los empresarios y consumidores de una industria en constante crecimiento y con miras a ser una de las mejor posicionadas en el mundo.¹⁰

Frente a esta situación la industria textil colombiana se ha dado a la tarea de proteger su mercado interno, apelando a la implementación de salvaguardias y contingentes, en donde ASCOLTEX (Asociación Colombiana de Textileros) y otras

⁹ Comparar: Rodrigo Querubín Londoño “El Sorprendente despertar de China” Compañía editorial Carrera septima, Bogota 2004

¹⁰ Xinhua Centro de Información Internet de China. Documento electrónico

organizaciones como los grandes voceros de las industrias textiles colombianas, han jugado un gran papel, manteniendo el gobierno al tanto de la situación y generando una gran presión sobre las importaciones chinas. Sin embargo estadísticas del anexo 5 sobre la tasa de penetración de importaciones demuestran que contrario a lo que se pretende ha existido un considerable incremento de las importaciones de textiles chinos a nuestro país, con un incremento desde 22.99% en el 97 hasta alcanzar un 47.59% para el primer trimestre de 2007. Bajo la petición de la misma institución (ASCOLTEX), se dio inicio a una investigación (resolución 1513) del 28 de febrero de 2005, sobre las importaciones de textiles procedentes de China. Esta resolución ha sido implementada por el Ministerio de Industria y Turismo y ha tenido grandes resultados para la industria textil nacional colombiana, haciendo las veces de un escudo protector junto con otra variable que será estudiada más adelante. Esta resolución cuenta con un sin número de investigaciones de tipo administrativo contra las importaciones de textiles chinos y también los procedentes de Panamá. Sin embargo, este documento sería derogado erróneamente por el último memorando N° 00677 de la DIAN, el cual establece el desmonte de los precios de referencia indicativos fijados en la resolución 1513, con ocasión de dar una evaluación a los resultados generados por la cooperación de las aduanas de dichos países. El desmonte de esta traba arancelaria permite el paso continuo de cargamentos con productos chinos a Colombia. La medida preliminar de esta resolución fue la de imponer medidas de salvaguardia provisionales a mas de 50 subpartidas arancelarias originarias de la República Popular de China y Panamá. La función de estas medidas de salvaguardias y contingentes ha tenido como finalidad proteger la industria interna textil y al parecer los mercados extranjeros se han mantenido gracias a la gran calidad de los textiles colombianos.

1.2 COSTOS DE MANO DE OBRA BAJOS

Para estudiar el problema de los precios chinos a fondo es necesario comenzar por la primera de sus variables fundamentales que es el costo de la mano de obra. Esto debido a su gran influencia en el costo final de los productos textiles chinos.

China posee el más grande motor laboral productivo del mundo. El sector textil no es la excepción ya que alrededor de 23.600 empresas trabajan en el, posicionando a China como el primer productor textil a nivel mundial.¹¹

La capacidad laboral actual de China se encuentra en 998.89 millones de individuos, de los cuales son económicamente activos 760.75 millones, creando de esta manera una sobre oferta en la mano de obra.¹² Según estadísticas de *China Internet Information Center*, el desempleo en China creció 4.3% en el 2003; al finalizar ese mismo año China tenía alrededor de 42 millones de nuevos desempleados, que a su vez son el 4.3% de la población laboral. Al parecer la cantidad de gente que llegó a las ciudades desde el campo a comienzos del 2000, ha sobrepasado los límites de la capacidad laboral de las mismas. Esto debido a que las expectativas creadas por los chinos sobre la vinculación de su país a la OMC, al parecer fueron demasiado altas, especialmente los provenientes de las provincias o pueblos. Sin embargo sigue siendo claro que dentro de China existe una gran masa de mano de obra lista para ser contratada. Según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo, en la actualidad China no ve la sobre oferta de mano de obra como un problema sino como un incentivo para atraer más inversión extranjera directa incrementando su fuerza económica.¹³

La nueva etapa, que se abre para China con su ingreso a la OMC, da pie para que esta ponga a disposición de cualquier empresa la utilización de su potencial

¹¹ Comparar: Verónica, Llorca. *Oficina Económica y Comercial de España en Shangai. ICEX. 2004.* Documento electrónico

¹² Comparar: China Internet Information Center; “libro Blanco sobre la Situación y política de china frente al empleo” 09/04/2007 8:26

¹³ Comparar: Banco Interamericano de Desarrollo, “¿Debe América Latina temerle a China?” 09/04/2007 15:31

laboral. La utilización de sus zonas francas, las cuales se han convertido en todo un éxito económico y un caso de estudio a escala mundial, han permitido crear más de 45 millones de empleos indirectos. Estas zonas francas han gozado de gran importancia para China desde antes de la vinculación de la misma a la OMC, pues tiene una extensión de 2.020 Km² y luego de la apertura económica de China, de estos se designaron 327 Km² como Zona Económica Exclusiva. Pero la mayor característica positiva es la sobreoferta laboral.¹⁴

La gran crítica que hasta ahora se muestra de China, se refiere a los bajos costos de los salarios dentro de las empresas allí radicadas. Se presume que el costo para las empresas en términos de pesos colombianos por cada trabajador estaría entre 122.310 y 203.850 (conversión de dólares a pesos, 24 de marzo del 2006) según Michael Bailey, representante de la Organización Mundial de Sindicatos. Con estos salarios el margen de maniobra de las empresas textiles en cuanto al precio final de los productos es muy alto, con lo cual se plantea la forma bajo la cual opera la más pequeña de las variables dentro del conjunto operacional de la primera ventaja competitiva en este conflicto.

La limitación de un precio alto en los salarios asiáticos genera una desproporción frente a los demás salarios laborales para la competencia directa de los productos chinos a nivel internacional, en este caso el coste de los salarios de los trabajadores textiles en estos otros países. A este fenómeno se le ha dado el nombre de Dumping Social; este es el escudo actual al cual los países europeos están dando uso con el fin de respaldar su causa frente a la OMC, que son las trabas que se están exigiendo a todos los productos chinos que arriban a estos países. El Dumping Social es descrito por Simón Levy Daba en su libro *Globalización Económica 2003*, “Se denomina Dumping Social, las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen mediante trabajadores mal pagados o esclavizados, trabajo infantil, trabajo de presos, etcétera.”¹⁵ A partir del anterior enunciado sería cierto admitir que economías de países como Colombia, que pretenden dar una plataforma social y

¹⁴ Comparar: Verónica, Llorca. *Oficina Económica y Comercial de España en Shanghai. ICEX. 2004.* Documento electrónico

¹⁵ Simón Levy, Dababah. “*Globalización Económica, 2003*”. Ediciones Fiscales. P. 30

estable a su sociedad a partir de la generación de empleo, quedan en desventaja frente a una economía como la China. El costo de los salarios es mucho menor para China que para Colombia, dando como resultado una ventaja competitiva, que afectaría de manera directa las empresas textiles colombianas. Cuando se compite contra un país que es capaz de producir productos textiles a un muy bajo costo, se elimina la posibilidad de competencia por precios, puesto que los costos ahorrados en la producción son aprovechados en el costo final del producto. Lo que hace casi imposible al menos para nuestra industria una sana competencia. Esto podría verse reflejado en despidos masivos y quiebras de empresas textiles futuras, es decir que se reduciría el número de empresas y se vería afectado el empleo. Esta situación en un país como Colombia no es deseable dado que la cuota de desempleo ya es del 11.3% del total de su población laboral. Colombia viene mostrando algunos signos de recuperación económica en los últimos años, pero existen amenazas que pueden atentar contra estos avances, ya sean estas amenazas de carácter político, ideológico o económico, lo importante es que estas deben ser contrarrestadas de una u otra manera. Competir contra China, que es el mayor productor textil del mundo, pone en peligro la estructura laboral de la industria textil nacional, la cual cumple con una alta cuota de empleos. La cantidad de empleos generados por la industria textil colombiana se estima sobre los 600.000 de forma directa e indirecta, sin contar con alrededor de 550 empresas textiles, ni las empresas confeccionistas que suman 4.000 clasificadas como Pymes y 10.000 en el sector informal.¹⁶A su vez, tal como ya se dijo, estas se encuentran en riesgo constante puesto que la competencia que tienen las empresas textiles colombianas con las empresas textiles chinas es dispar, fuera de lo anterior, en China abundan los subsidios estatales para las empresas textiles mientras que en Colombia esto no se presenta.

Para el 2003 como lo demuestran las estadísticas (1.1) las empresas situadas en China estaban adquiriendo un ratio de beneficio de alrededor del 3.35%, sobre la

¹⁶ Comparar: Dra. Monika, Hartmann. – “CONFECCION EN COLOMBIA, *CPROBOL Colombia*”, Informe Investigación a la Cadena Textil, Bogota, julio del 2001.

producción global de sus textiles, el cual es convertido en un margen de competitividad directo sobre los demás productos textiles del mundo.

Esta ventaja competitiva es el resultado de una perfecta sobre - explotación del sector laboral chino. China no contempla dentro de sus salarios los seguros, ni nada destinado a la seguridad social, estos son espacios que luego son remplazados dentro de los costos finales de los productos, aboliendo la protección de sus empleados. Otro de los problemas que demuestran una gran diferencia de costos totales a partir de una misma forma de producción está reflejada en los costos de alquiler de los locales para montaje de empresa, se presume que los costes son irrisorios, sin embargo esta es la más pequeñas de las ayudas para los lotes de producción. En estos locales los costos de los servicios básicos son extremadamente bajos para sus ocupantes, los costos de consumo de energía varían entre 0.084 y 0.089 en USD/ por KW en una hora, siendo esta tarifa reducida al 50 % entre las 22h y las 6h.¹⁷ Estos casos sustentan la alta demanda de empresas extranjeras que buscan poder producir desde este país, con el fin de aminorar sus costos de producción.

Este tipo de competencia entonces pone en peligro el sector textil de cualquier economía normal en el mercado internacional, entre estos el colombiano. La manera más fehaciente bajo la cual un mercado de este tipo puede verse afectado se da por la pérdida de mercados preferenciales (EE.UU., EU y Región Andina) y en el momento en que un consumidor colombiano elige comprar un producto chino en vez de uno colombiano, para ahorrar un poco. Desde el punto de vista rentable es algo muy estimulante para los consumidores y la sociedad en general, puesto que para las personas de más bajos recursos les hace un poco más fácil adquirir nuevos artículos que antes no podían adquirir por su muy baja capacidad adquisitiva. Sin embargo, aquí aparece un problema complicado en donde se ve involucrado el sector laboral; al momento en el que un consumidor colombiano prefiere adquirir un artículo chino a uno colombiano, le está dando trabajo a un chino, dejando sin trabajo a uno colombiano. Este problema que debe ser considerado desde ahora por el Ministerio de

¹⁷comparar: Llorca. *Oficina Económica y Comercial de España en Shanghai*.

Comercio colombiano. Estamos ante un arma de doble filo, si por un lado los consumidores colombianos comienzan a preferir los productos textiles chinos, lo que implica una menor adquisición en los productos textiles colombianos a nivel internacional, esto luego será traducido en menos ganancia para la industria, y para todos es conocido que el primer factor de solución utilizado por las empresas para compensar pérdidas es el despido masivo de empleados. El por qué de esto se fundamenta en la facilidad que encuentran las empresas para recuperarse de las pérdidas dadas por cualquier movimiento brusco del mercado que afecte la empresa. Este es un problema que puede expandirse rápidamente si no se maneja a tiempo.

La industria textil en Colombia es un símbolo de esfuerzo y perseverancia que se ha sabido constituir a nivel mundial gracias a su calidad y otros detalles claves que le han facilitado este objetivo, sin embargo ahora se encuentra ante este problema de gran magnitud.

1.3 PRODUCCION EN VOLUMEN CON BUSQUEDA EN LA REDUCCION DE COSTOS Ò ECONOMIA DE ESCALA

China es el aparato productor más grande que el mundo haya visto en toda su historia. “China posee el aparato productor textil más grande del mundo con alrededor de 23.600 empresas, y según un estudio de la OIT, emplea cerca de 5,3 millones de individuos dentro de esta industria textil. Con jornadas laborales de 13 horas diarias y tan solo una de descanso cada diez días.”¹⁸

La producción desmedida de China nace a partir del bajo valor final de sus productos, las empresas chinas ganan solo por el costo de procesamiento y de ahí las cantidades gigantescas de jerséis, jeans y camisetas a un bajo valor. El mercado más afectado con estas grandes cantidades de productos es EE.UU. Este problema está siendo manejado por ambos países, sin embargo la desmedida proporción de

¹⁸ Organización Internacional de Trabajo OIT. “la mundialización cambia la fisonomía de las industrias de los textiles, el vestido y el calzado “comunicados de prensa”. Lunes, 28 de octubre de 1996.

productos textiles chinos siguen inundando los mercados americanos y afectando fuertemente su economía.

Como se ha mencionado las empresas situadas en China trabajan buscando producir el doble para poder obtener utilidades rentables para sus negocios. En el factor ahorro estaría involucrado el reducido valor agregado que en estos productos prima, pues es de entender que la aplicación de nuevas tecnologías que incrementen el valor agregado de un producto representan un incremento considerable dentro de la cadena de producción. Tal es el análisis de Sun Shuyi, vicepresidente de la confederación de la economía industrial de China. Las empresas chinas solo retoman el 10% del precio del producto. La concepción de calidad se ve deteriorada, pues dentro de los términos para la calificación de la misma se expresa también el nivel de tecnología que ha sido necesario utilizar en dicha producción. Sin embargo es necesario reseñar que la cantidad desmesurada de productos que salen al mercado desde China, contemplan una necesidad de producción en masa, puesto que la ganancia para la industria textil china está precisamente en este tipo de producción. De la misma manera los productos textiles chinos no son lo suficientemente inspeccionados al momento de ingresarlos al mercado mundial, pues como se ha venido diciendo reiteradamente la capacidad más ventajosa de China en la actualidad es la producción en masa y solamente eso en la gran mayoría de las empresas. La producción en masa de un producto afecta directamente la calidad del mismo, pues las medidas de inspección de calidad por lo general no son implementadas o son abolidas para dar mayor eficiencia en la creación de los productos.

Tomando en cuenta lo anterior el sistema productivo es completamente ajeno a una revisión exhaustiva y precisa sobre cada uno de los productos, necesario para mantener un margen de calidad estándar a las demás industrias textiles. Lo cual genera un deterioro de la imagen del producto chino a nivel mundial, y gracias a esta imagen es que industrias como la colombiana no ha sido arrasada por una economía como la China. El reconocimiento mundial de los textiles colombianos por sus altos

estándares de calidad, han servido de soporte a la industria textil colombiana para sobrellevar esta situación.¹⁹

En la actualidad la industria textil nacional goza de una gran reputación a nivel mundial gracias a sus aplicaciones de normas de seguridad y calidad dentro de la cadena de producción de los tejidos y el ensamble de los textiles. Estos hechos han creado que productos como la ropa interior femenina sean bien reconocidos en el exterior gracias a su calidad y entre otras al diseño.

Gracias a esto, tal como lo muestra el estudio de las estadísticas del comportamiento de textiles colombianos durante los últimos años desde la vinculación de China a la OMC, se ha notado por el contrario a lo esperado, un crecimiento constante de las exportaciones a sus mercados tradicionales. En los estudios sectoriales del banco de comercio exterior BANCOLDEX y PROEXPORT se establece un patrón de crecimiento de las exportaciones del sector textil desde el año 2000 hasta la actualidad (Anexo 3 y 5). Este comportamiento demuestra una excelente reacción de la industria textil colombiana, pues a pesar de encontrarse compitiendo contra el más grande productor de textiles del mundo, los mercados tradicionales los sigue manteniendo Colombia. Esto demuestra que la industria textil colombiana se ha mantenido gracias a los altos estándares de calidad de sus textiles que poseen un alto grado de diferenciación tecnológica entre ambas industrias. Hasta el momento la industria textil se mantiene y con grandes logros; ahora queda esperar como seguirá siendo su comportamiento frente a una industria textil china más competitiva en términos de calidad.

¹⁹ Comparar: Notiexport proexport Boletín exportador. “*Talento y calidad textil Colombiana presentes en EE.UU*”

1.4 LA VINCULACION DE CHINA A LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

El protocolo de adhesión para China fue ratificado en diciembre de 2001 en la convención de Doha realizada por la OMC. Estos protocolos de adhesión son una especie de compromisos estatales con los cuales un país se compromete a hacer cambios, que vayan en pro de la relación bipartita Estado - OMC. En el protocolo de adhesión de China a la OMC se establecen ciertas circunstancias que para efectos de este trabajo toman gran relevancia. En este protocolo de adhesión se menciona que China no gozará de un status como Economía de Mercado hasta el 2016, lo cual representa para sus importadores en este caso de productos textiles la posibilidad de aplicar acusaciones de dumping o salvaguardias de manera discrecional y sin acudir a la OMC. En el protocolo de adhesión queda expuesto, en los artículos primero y cuarto, que una vez China sea reconocida como economía de mercado, los países miembros deberán apelar en primera medida a la OMC en caso de que un mercado nacional de alguno de los países miembros se vea afectado. Esta situación es traducida en más limitaciones para los países que están siendo afectados por la gran inserción de productos chinos dentro de sus mercados nacionales, entre estos los textiles. De este hecho se ha estado valiendo Colombia para tratar de apaciguar un poco el impacto que ha generado China. Economías como la del Brasil, Argentina y Chile ya les han entregado a China su status como economía de mercado a cambio de acuerdos bilaterales como es el caso de Chile, y Brasil con la firma de 11 acuerdos comerciales que favorecerán sus exportaciones y el turismo, según fuentes del *Centro Internacional de la Política Económica*.²⁰

El ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio es la aceleración de los cambios en el comercio exterior global. China, como se ha expuesto en los puntos anteriores, posee ciertas características productivas, que generan un alto índice de competitividad frente a los demás mercados en el mundo. Esta oportunidad sin

²⁰ Ver: Tussie, Diana, Eduardo Bianchi. “El reconocimiento de china como economía de mercado”, 24/11/2004.documento electrónico

duda está siendo bien aprovechada por China desde el 2001. China se ha convertido en el motor de crecimiento en Asia oriental. El crecimiento económico de este gigante asiático se mantiene alrededor de 7.5 %, y con el último registro del índice de crecimiento a año 2005 de 9.5% China es el país con el mayor índice de crecimiento económico del mundo y con miras a mantenerlo.

El mercado chino ha adquirido una nueva variedad de fortalezas frente a los demás mercados comerciales textiles con su entrada a la OMC. La vinculación de esta economía a esta organización, es la posibilidad de poder exportar a todos sus países miembros sobre una misma carta regulativa la cual le permite a sus sectores industriales ser reconocidos dentro del mercado internacional. No solo posee entonces un fuerte precio competitivo en los textiles exportados, gracias a su capacidad de producción única e inigualable, sino que además cuenta con una ayuda que limita el actuar de los demás países frente a la entrada de estos productos a muy bajos precios a sus países, poniendo en peligro sus mercados nacionales. La aplicación de esta normativa de la OMC es en la actualidad uno de los mayores problemas para países como estos que pretenden anteponer los intereses nacionales frente a los extranjeros. China se convierte entonces en un problema político de carácter socioeconómico para muchos países por sus implicaciones en todas las dimensiones sociales. Los mercados nacionales quedan expuestos entonces frente a productos con precios altamente competitivos, que aparentemente no permiten competencia alguna. Este problema pareciese no tener un contexto entendible desde el punto de vista de los países afectados, pero es explicado por los lineamientos normativos de la OMC, al cual todos los países miembros están sujetos. El gran problema para Colombia en esta precisa situación es que al parecer el país no posee las capacidades de inversión para igualar en tamaño esta gran industrial textil, su capacidad de producción es de alrededor del 45% del textil mundial y que es el primer exportador de textiles en el mundo²¹. Al no haber una competencia en términos igualitarios entre ambos países seguiremos encontrando cada vez más productos textiles chinos en este mercado,

²¹ Comparar con: Fernandet, China Oportunidad o Amenaza. 08/05. documento electrónico

produciendo una saturación con grandes consecuencias sobre el mercado interno para las empresas colombianas.

En 1995 se tomó la decisión de aprobar la derogación del acuerdo multifibras (AMF), a un plazo de diez años a partir del 1 de enero de 1995. Con la anterior se pretendía dar una mayor expansión comercial en el sector textil para todo el mundo. La eliminación progresiva de estos contingentes terminó el 1 de enero del 2005, dando como resultado la gran expansión textil. Situación que está siendo capitalizada por China. Como se ilustró anteriormente el nuevo sistema utilizado por la OMC en temas de regulación comercial textil el ATV (Acuerdo sobre los Textiles y Vestidos), ha dejado ciertos márgenes de error sobre el mercado que están siendo capitalizados por China. En el antiguo acuerdo multifibras se establecía un porcentaje definido por cada uno de los países miembros a la OMC, sobre las cantidades de cada uno de los productos extranjeros que pretendían entrar al país. Estos porcentajes eran respetados y cumplidos a cabalidad por cada uno de los países miembros, sin embargo con el nuevo acuerdo esto no se cumple.

Este tipo de situación hace parte de una lista de situaciones que están siendo utilizadas por China. Entre estas encontramos también la apertura a nuevos mercados que en el pasado no tenían, dado sus condiciones políticas. Con la vinculación de China a la OMC, se les da la apertura a nuevos mercados dispuestos a recibir sus productos. Sin duda alguna este es el hecho que más ha fortalecido el crecimiento económico en los últimos años para China.

De la misma manera que se encuentran nuevos mercados para China, estos son viejos mercados que poseían anteriores dueños o al menos que eran preferenciales de otros países, y de esta manera se da inicio a otro problema. Para Colombia la entrada de China a la OMC se convierte en uno de sus más grandes obstáculos a superar. Colombia está compitiendo con productos textiles Chinos de precios competitivos dentro de sus mercados tradicionales, lo cual es un factor preocupante, aunque las estadísticas han demostrado que las exportaciones textiles colombianas no se han afectado y que por el contrario siguen creciendo. En el consolidado de exportaciones colombianas para el 2006 realizado por Proexport se

hace alusión a un incremento del 3% del total de las exportaciones a los mercados tradicionales de la industria textil colombiana. Esto al parecer demostraría una fuerte posición de los productos textiles colombianos frente a los chinos, como ya se ha hecho mención párrafos atrás, se cree que el renombre de los productos textiles colombianos ha generado buenos resultados para esta misma industria textil, lo que intuiría que la inserción de productos chinos en los mercados tradicionales colombianos no los ha afectado de la manera en que se preveía, sin embargo se entiende que el competidor contra el cual Colombia está jugando es muy poderoso, por esto no hay que descuidarse.

Aunque las exportaciones textiles colombianas continúan incrementándose a pesar de la fuerte competencia que generan los productos textiles chinos dentro de los nichos de mercado colombianos, por sus precios tan altamente competitivos, no se puede dejar de lado el hecho de que China sigue siendo el mayor productor textil en la actualidad y que además cuenta con unas características de producción únicas en el mundo. Las ventajas de la industria textil china se mantienen y siguen esperando solo un incremento en el valor agregado de sus productos para tener una calidad del producto más competitiva y de esta manera arrasar con la competencia dentro de las cuales se encuentra Colombia. Esto puede ser considerado como un desastre en potencia para la industria textil colombiana.

2. PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD EN CALIDAD PARA LOS TEXTILES COLOMBIANOS

Tras la necesidad colombiana de ubicar su industria textil como una de las mejores desde hace ya varias décadas como parte de una estrategia de adquirir nuevos mercados, se ha venido trabajando en el posicionamiento líder en fabricación de textiles. Para esto, empresas como Fabricato, están utilizando equipos de control de calidad y plantas con modernos laboratorios que le permiten colocarse como una de las mejores plantas textiles de sur América, al igual que las demás empresas colombianas textiles. Esto se da buscando mantener los estándares de calidad adecuados con el fin de ser una industria textil más competitiva en el mercado; gracias a ello Colombia ha podido adquirir un plus en términos de calidad que le garantice mantenerse como una potencia constante dentro del mercado textil.

La industria textil colombiana tiene sus inicios en 1902 con la creación de las empresas textiles. Aunque se da comienzo en San Gil y Tunja, para la época era Antioquia quien más pujaba por la expansión de su industria textil con la aplicación de programas de capacitación. Este despertar industrial que se dio de la mano del gobierno de la época, generó una expansión tecnológica desde estos momentos hasta ahora. La utilización de nuevas maquinas importadas desde Alemania y otros lugares, como las maquinas de hilaturas por anillo y las hilaturas por rotor que facilitaron en un 100% el proceso de producción de las industrias textiles. El comienzo de la primera guerra mundial pone a la industria textil colombiana en buen camino hacia su expansión, con el cierre de las exportaciones de los Estados Unidos y Europa. El plus alcanzado por Colombia en términos de competitividad en calidad sobre sus textiles desde sus principios estuvo encaminado al apuntalamiento de productos de primera calidad, lo cual ha sido demostrado por la aceptación que poseen estos textiles y sus prendas en el mercado internacional en estos momentos.²² Es así como aparecen en

²² Dra. Monika, Hartmann. – *confección en Colombia, CPROBOL Colombia*, Informe Investigación a la Cadena Textil, Bogota, julio del 2001.

artículos de revistas “con casi un siglo de tradición, los sectores confecciones y textiles en Colombia son de los más importantes en el mundo por la calidad de su obra y por el volumen que producen.”²³ Este tipo de artículos tuvieron cabida dado al aumento de las exportaciones en la época. Colombia en la actualidad cuenta con una fuerza productora sobresaliente y con unos márgenes de calidad altos. La inversión dentro de la industria textil colombiana fue siempre dirigida hacia la tecnología, con miras a posicionarse como uno de los más importantes productores de textiles de buena calidad en el mundo. Y como se ha apreciado en este trabajo, la calidad se ha convertido en una forma de protección para la industria textil colombiana frente a la incursión de los textiles chinos en sus mercados tradicionales.²⁴

2.1 PLUS DE CALIDAD

De esta misma manera Colombia se ponía por encima de muchos países productores de textiles, dentro de los cuales se encontraba China. Sin embargo, en los últimos años, esta ha mantenido una acelerada producción de textiles a un muy buen costo pero con una calidad que hasta ahora no tiene comparación con los productos textiles colombianos. Mientras en Colombia se cumplen con todos los estándares de calidad necesarios para la exportación de los textiles, en China los mecanismos de control e inspección son casi inexistentes, la producción en masa (tienen que cumplir con una cuota en toneladas) genera en primera mediada una deficiencia clara en la inspección del producto y por lo tanto una calidad reducida en éste. El tema de calidad china está relacionado a una manufactura poco preparada, que no cumple con todos los estándares de calidad para la producción de textiles, sin embargo se ha demostrado que algunas empresas chinas de fabricación de textiles si las poseen. Además no se debe dejar de lado que China es el más grande productor de materias primas textiles.

Como se ha tratado de demostrar Colombia posee un margen de experiencia mayor en la producción de sus textiles, que la que China posee, exceptuando la seda.

²³ “Talla mundial” Revista Cambio, Edición N°. 580.n; 48, 49. fecha (9 de Agosto de 2004): P. 48-49

²⁴ Comparar : Fabricato. Historia de Fabricato. Documento electrónico.

Tras la búsqueda de su vinculación a la OMC China comienza a buscar un mayor fortalecimiento en su industria textil.

Para Colombia esta ventaja competitiva está representada en la imposición de su calidad frente a los demás mercados del mundo, incluso China. La validación a este cuestionamiento toma forma cuando los compradores de estos textiles ponen por encima la calidad antes que la necesidad de ahorro en una compra; puesto que para ellos es más importante mantener sus negocios y estar seguros de que en gran medida sus propios clientes sean estables. Por esto es tan importante mantener un estatus de calidad alto y que el consumidor sepa que la vida útil del producto colombiano que está en sus manos es mucho mayor que la vida útil de cualquier otro producto textil chino al que está tentado comprar solo por su precio. Este ha sido desde un principio el objetivo de la industria textil colombiana, incluso antes de competir con China por el mercado, de la manera en que se está haciendo ahora.

2.2 IMPACTO DE LA OMC EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS CHINOS

El impacto de la OMC en las industrias textiles chinas está reflejado en la acelerada inversión en tecnología por parte del gobierno en sus mismas industrias; inversiones derivadas del superávit con el cual ha contado China dentro de su balanza comercial durante los últimos años. Esta situación como lo plantearía Michael E. Porter, el autor de la teoría de la ventaja competitiva, será la necesidad china de acortar la diferenciación entre los productos textiles chinos y los productos textiles creados por las demás industrias del mundo, incluyendo la colombiana.

A raíz de la vinculación de china a la OMC, se han producido diferentes cambios en la forma de producción de los diferentes países tanto en Colombia como en China. Esto se desprende de los resultados obtenidos en cuanto a la posible pérdida de competitividad dentro del mercado de exportación. Para las empresas colombianas

la forma de mantener su plus, es la de incentivar aun más la inversión en la búsqueda de nuevas tecnologías que hagan aún más confiable la comercialización de sus productos, tal y como se ha venido haciendo desde hace décadas. Por ejemplo, Fabricato acaba de invertir 80.700 millones de pesos buscando incrementar su producción anual de índigo a 12.000.000 de metros anuales, y Colteger ha invertido 25 millones de dólares para la creación de una nueva planta de índigo que le dejará ganancias por alrededor de 26 millones de dólares anuales. Esto en la búsqueda de un producto textil más competitivo. La vinculación de China a la OMC generó alarmas en las empresas textiles y en la industria en general, lo que ha generado desde la búsqueda de barreras arancelarias hasta el ya nombrado fortalecimiento tecnológico. Como se demuestra en un artículo, “El uso de alta tecnología se hace cada vez más evidente en la oferta de maquinaria y equipo en Colombiatex. La oferta de los fabricantes presentes este año se distingue por la automatización y robotización de numerosos procesos. Como muestra de ello, especialistas y empresarios dan fe del valor de la modernización e incorporación de tecnología.”²⁵

La tecnología se ha convertido en uno de los elementos más importantes dentro de la cadena textil colombiana en términos de calidad. Las grandes industrias textiles colombianas saben que un producto textil bien elaborado y competitivo para el mercado se logra a partir de una política enfocada en el tratamiento perfecto del producto, aunque sea solo este el proceso de darle un buen acabado. Fabricato, en tan solo dos años ha invertido alrededor de \$ 42 millones de dólares, en tareas que van desde la apertura de las placas de algodón y la fabricación del hilo, hasta los salones de telares y tejeduría, pasando por los salones de acabados. El ingeniero Jhon Jairo Yarce, director de estudios técnicos de Fabricato Tejicondor, dice que: “la aplicación de estas nuevas tecnologías ha permitido nuevos controles, mayor eficiencia y mejor calidad”. Estas inversiones en tecnología y infraestructura para estas dos empresas les

²⁵ Ver: “Alta tecnología se toma el mercado de la maquinaria”. Periódico el colombiano Colombia, miércoles. 3 de mayo de 2006. Documento electrónico.

representa el poder atender el mercado interno y externo; con una esperanza mayor en incrementar la calidad de sus productos. ²⁶

De esta manera se demuestra que los esfuerzos colombianos por adquirir nuevos y modernos equipos para la tecnificación de sus empresas están en auge. La búsqueda de sistematizar aún más las cadenas de producción es una de las formas actuales de elevar los índices de calidad. Empresas como Fabricato poseen ya maquinaria capaz de detectar cualquier tipo de imperfecto en la tela y señalar el lugar del mismo. Este tipo de inversión es el que en últimas puede marcar la diferencia, pues estos hacen elevar el precio agregado del producto de manera justificada.

China por su lado también ha optado por dirigir su industria textil hacia la búsqueda de nuevas tecnologías que le permitan crecer rápidamente en cuanto a calidad y demás, aunque esto tenga implícito el más grande costo²⁷. China tiene como meta fortalecer la industria textil por medio de la adecuación de nuevas tecnologías que le permitan incrementar el valor agregado de sus textiles de manera vertiginosa, tecnologías que están siendo implementadas en la actualidad. Y aunque la consecución de estas tecnologías no se logra sin experiencia, China no piensa lo mismo. Un país como los Estados Unidos, por obligación tiene que invertir en tecnología para mantener a sus industrias siempre en la vanguardia; de ahí una inversión de 3.000 millones de dólares anuales en este rubro. Pero China hasta el momento, ha elevando el record en inversión tecnológica solo para sus industrias con una suma de 60.000 millones de dólares anuales, derivados de la inversión extranjera en ese país y el superavit comercial en el que se ha mantenida los últimos años²⁸. Lo cual pone en alerta las demás industrias en el mundo, con un país que esta invirtiendo a este ritmo desmesurado en su industria, sin importar que tan pequeña sea, en poco tiempo será competencia para cualquiera de estas otras, en cualquier lugar del mundo. Y todo este poderío de inversión se está dando como resultado, del superávit anual

²⁶ Ver: Alta tecnología se toma el mercado de la maquinaria. Periódico el colombiano. Documento electrónico

²⁷ Ver: ¿Debe America Latina Temerle a China?. Documento del Banco Interamericano de Desarrollo?

²⁸ Comparar: Rafael Poch. China cambia su política de inversiones extranjeras. la Vanguardia. Documento electrónico

que se ha venido registrando desde el 2003, y posiblemente al fortalecimiento que le ha brindado la OMC a China. Para el 2005 el superávit chino superaba los 1000 billones de dólares.²⁹

Este superávit y la constante inversión extranjera directa le están permitiendo a China convertirse en el mayor inversor en tecnología, buscando darle más calidad a sus productos y tratando de hacer desaparecer la diferenciación existente entre los productos chinos y los del resto del mundo. De esta manera buscará entonces desvanecer la imagen de baja calidad de sus productos. Tal como lo dice Du Yuzhou, presidente de la Asociación de Industria Textil de China; “El reajuste estructural de la industria textil ha logrado resultados positivos. A fin de elevar la competitividad de los productos textiles, desde la década del 90 del siglo pasado a esta parte, China ha introducido constantemente reajustes en la estructura industrial. Desde el 2000 hasta hoy, se han realizado sobre esa base transformaciones tecnológicas en gran escala en toda la rama y se han introducido fondos y marcas foráneas, haciendo así que la industria textil de China obtenga una competitividad más fuerte todavía.”³⁰ Por las declaraciones constantes de la embajada de china en Colombia, solo queda claro que el afán e interés que tiene China en la actualidad es el de incrementar la calidad de sus productos textiles a como de lugar, por medio de la adquisición de nuevas tecnologías o algún otro elemento. Pero también es preciso nombrar que con este poder de compra y de inversión, no solo la tecnología es parte de la forma de incrementar la calidad de los productos textiles chinos, también existe la compra del Know-how, importado de países más industrializados.

De esta manera la industria textil colombiana está corriendo peligro, pues esta se encuentra compitiendo con el mayor inversor en cuanto a esta industria se conoce. A este ritmo acelerado de inversión en tecnología, en muy poco tiempo el gigante asiático estará a la par con la industria nacional colombiana. Y por ende la

²⁹ Comparar: China org cn. China a Fondo: Preguntas o respuestas. Documento electrónico

³⁰ Xinhua Centro de Información Internet de China. Documento electrónico

competencia entre ambas industrias será completamente desproporcionada, tanto en costos como en calidad. De esta manera las empresas textiles colombianas nunca podrán competir contra las asiáticas yendo en detrimento de la industria textil colombiana.

3 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENERICAS CHINAS

Para el desarrollo del siguiente capítulo se utilizará la teoría de Ventaja Competitiva, de Michael E. Porter; con la intención de señalar la utilización de varias estrategias competitivas por parte de China con miras a crear y mantener una ventaja competitiva fuerte y estable. Y de esta manera maximizar los resultados que hasta el momento le ha otorgado su vinculación a la OMC.

3.1. CHINA Y LA ESTRATEGIA DE LIDERAZGO DE COSTOS

Para Michael E. Porter, existen tres clases de estrategias competitivas genéricas las cuales son *costos*, *diferenciación* y *el enfoque*; entendiéndose por la estrategia competitiva de costos la consecución de producción industrial a bajo costo y compitiendo a un precio promedio o por debajo del promedio de los competidores. También la diferenciación, como la capacidad de la que goza una empresa de crear y mantener una deferencia en el producto, sea esta tecnológica y en búsqueda de nuevas calidades para el mismo. Y por último el enfoque; que hace referencia a la elección de un panorama de competencia estrecho dentro del sector industrial aplicando una ò ambas estrategias.³¹

En el libro “Ventajas Competitivas”, el liderazgo de costo es la más clara de las tres estrategias genéricas, puesto que para Michael E. Porter, “una empresa tiene ventaja de costo si su costo acumulado de desempeñar todas las actividades de valor es menor que los costos de sus competidores.”³²Y este a su vez hace redundancia en cuanto a su dependencia del mantenimiento del mismo costo. Para las empresas textiles chinas la utilización de esta ventaja competitiva, nace a partir de la utilización de la economía de escala. En China la Economía de escala se genera a partir de la capacidad que tienen las empresas textiles chinas para producir en gran

³¹ Comparar: Michael E. Porter. VENTAJA COMPETITIVA, Compañía editorial continental, s.a. de C.V. México. Marzo de 1993. p-80

³². Comparar: Michael E. Porter. VENTAJA COMPETITIVA, Compañía editorial continental, s.a. de C.V. Mexico. Marzo de 1993. p- 114

volumen todos sus productos textiles, gracias a su mano de obra barata, y como lo hemos visto en el recorrido del trabajo con algunas otras ayudas de carácter estatal. El costo de manufactura bajo en China, le ha permitido a su industria textil implementar según la teoría de la ventaja competitiva una estrategia genérica de liderazgo de costos. Sin embargo tal como se hizo alusión al comienzo del capítulo, el precio alcanzado debería ser igual o menor pero siempre dentro del promedio de costo de la competencia frente a las demás industrias; lo cual genera una inquietud por la desproporción en cuanto a precios alcanzado por la industria textil china con sus demás contrincantes textileras.

La explicación a esta situación la plantea el mismo autor, diciendo que un líder en costo no puede ignorar las bases de la diferenciación. “Si su producto no se percibe como comparable o aceptable para los compradores, un líder en costo se verá obligado a descontar los precios muy por debajo de sus competidores para lograr ventas.”³³ Lo que quiere decir que el costo no es siempre el que limita la cantidad de ventas de una industria y que existen muchos factores adicionales que pueden amenazar el resultado de lo que se busca.

El incremento constante de los productos chinos en el mercado a bajo precio, es la solución de la industria textil china para no perder los beneficios o ganancias dentro de la industria. La industria textil china, al no tener una propaganda publicitaria favorable sobre sus productos es obligada a competir con precio en el mercado internacional. Por esto se ven abocados a limitar el precio de sus productos para mantenerse dentro del negocio.

Según esto, la estrategia genérica de liderazgo de costo no está funcionando como debería ser para China. Aunque las empresas textiles chinas son las que más venden en el mundo aún se encuentran muy por debajo del índice normal de rentabilidad de una empresa textil promedio, puesto que la misma termina descontando demasiado el precio de sus productos en búsqueda de generar más ventas que puedan suplir las pérdidas adquiridas por el mantenimiento de este mismo

³³ Ver: Porter. VENTAJA COMPETITIVA, Compañía editorial continental, s.a. de C.V. Mexico. Marzo de 1993. p-30

precio. Según un artículo publicado por china org, las empresas chinas solo recaudan un tercio de lo producido.³⁴

De ahí la importancia con la cual describe Michael E. Porter de no ignorar las bases de la diferenciación al tratar de implementar la estrategia de liderazgo de costos. El producto debe seguir siendo competitivo frente a los productos de la competencia.

La estabilidad alcanzada en la actualidad por los productos textiles colombianos frente a los chinos podría estar sujeta a un déficit en diferenciación en los productos textiles chinos y colombianos, tomando como punto de partida de esta diferenciación las insuficiencias tecnológicas reflejadas en términos de calidad de los productos. Sin embargo las exportaciones de textiles chinos se siguen incrementando con el tiempo y la embajada china en Colombia sigue anticipando una creciente capacidad en términos de calidad para todos sus productos textiles, lo que generaría un gran reto para los próximos años para la industria textil colombiana. Y este será nuestro siguiente tema a tratar.

Hasta el momento queda claro que efectivamente existe en China una estrategia genérica de liderazgo de costos dentro del mercado textil global, compitiendo con precios demasiado bajos, logrados gracias a la economía de escala china, pero que sin embargo sigue existiendo un desfase en los precios de los productos textiles chinos y sus demás competidores, demostrando según la teoría de Michael E. Porter, la existencia de una falencia dentro de esta estrategia, que sería una fuerte diferenciación de los productos chinos frente a los de sus competidores, entre los cuales está Colombia. Y como se explicó en el capítulo anterior, las brechas existentes entre ambas industrias parten desde la calidad. Y por esto es que la estrategia de liderazgo de costos no ha sido tan implacable con las demás industrias, sin decir que las mismas no hayan sufrido ya algún daño. Hay que comprender que a su vez esta estrategia no es la única buscada por China en la actualidad y que esta aparente estrategia competitiva de precios, no es más que parte de otra estrategia llamada “enfoco”.

³⁴ Comparar: China Org. Disponible en <http://www.china.org.cn/spanish/235103.htm>

3.2 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

La estrategia de diferenciación para Michael E. Porter es: “como una empresa que busca ser única en su sector industrial junto con algunas dimensiones que son ampliamente valoradas por los compradores”.³⁵

El siguiente paso para que la industria textil China pueda establecerse dentro del mercado internacional de manera más fehaciente que en la actualidad, está ligado a la búsqueda de productos textiles competitivos que les permita incrementar más los precios de sus productos y que el rango de beneficios no decaiga tanto, fortaleciendo de esta manera su industria.

La alusión que hace el autor Michael E. Porter frente a lo que el considera diferenciación es tratar de encontrar los atributos que buscan los compradores y que conocen como los más importantes dentro del mercado.³⁶ Para la industria textil se entiende que uno de los mayores atributos es la calidad de sus telas. Pues saben que en últimas es lo que busca la gran mayoría de compradores de este sector. Esta calidad es buscada por las industrias textiles del mundo por medio de nuevos avances tecnológicos y también modificando los sistemas de producción, para lograr que sus productos sean merecedores de un valor agregado más alto, a partir de un alcance competitivo de este producto. Tal como se está buscando en la actualidad por parte de la industria textil colombiana con las nuevas adecuaciones dentro de sus plantas de producción de índigo, con inversiones que sobrepasan los 25 millones de dólares. Esto como un esfuerzo más por adquirir más competitividad en el mercado Estadounidense.

La consecución de estas diferenciaciones por parte de las industrias textiles, plantean nuevas posibilidades competitivas frente al mercado internacional, o como en este caso contra su mayor competidor dentro del sector textil, China.

³⁵ Ver: VENTAJA COMPETITIVA, Michael E. Porter. Compañía editorial continental, s.a. de C.V. Mexico. Marzo de 1993. p-32

³⁶ Comparar: VENTAJA COMPETITIVA, Michael E. Porter. Compañía editorial continental, s.a. de C.V. Mexico. Marzo de 1993. p-32

China en la actualidad como se explicó en el capítulo II, ha estado invirtiendo en tecnología con gran fuerza, esto buscando disminuir la diferencia tecnológica que existe con respecto a sus competidores. China intenta eliminar la diferencia que existe entre su industria y las demás industrias en el mundo. La capacidad de inversión china es mayor a la que en la actualidad tiene Colombia en temas de inversión tecnológica, y sin embargo la posibilidad de que alcance en términos tecnológicos a la industria textil colombiana al menos en un corto plazo, es remoto. Esto porque los sistemas empleados para producir un elemento con ciertas características técnicas y científicas llevan mucho trabajo representado en valor agregado sobre los productos desarrollado a partir del error y el acierto. También los adelantos tecnológicos que aún son la mayoría, están protegidos por sus industrias como sus mayores tesoros, mejor conocidos como los Know how ò saber-cómo, y por ende no siempre están en venta. Estos son quienes mantienen los límites entre las industrias. Estos secretos son los que establecen en últimas una industria exitosa de una que no lo es y China ha demostrado que quiere ser una de las exitosas.

Pero no se debe dejar de lado que China aunque no tenga aún los medios bajo los cuales competir en términos de calidad textil, seguirá siendo una industria en potencia de serlo, por lo cual la industria textil colombiana y todas las demás estarán enfrentadas y a la expectativa frente a un cambio brusco hacia futuro en la forma de la industria textil china.

La aplicación de ambas estrategias, costos y diferenciación, por parte de China, sobre el mercado podría traer mayores consecuencias para las industrias textiles del mundo. Aunque la industria textil Colombiana se ha mantenido estable como se explicó en el anterior capítulo gracias al pequeño escudo que encontramos por la diferenciación de ambas industrias, existe la posibilidad de tener un rival que aparte de tener un costo de producto altamente competitivo, también pueda producir textiles de la misma calidad ò de mejor calidad que la colombiana. Esto implicaría un golpe devastador para la industria textil colombiana. En pocas palabras lo que plantea la teoría de ventaja competitiva sería la eliminación de las diferencias textiles entre una industria y la otra, de esta manera ambas industrias ahora comenzarían a

competir bajo una misma paridad de condiciones, o sin diferenciación ninguna entre ambas industrias. Lo que plantearía un escenario confuso para las demás industrias incluyendo la colombiana.

Queda claro que existe un plan de proyección por parte de la industria textil china con base en la teoría de ventaja competitiva, en donde existen varias estrategias enfocadas a un objetivo común. Este objetivo común tiene como fin el posicionamiento global de la industria china sobre las demás industrias del mundo, para este caso sobre la industria textil colombiana. Hasta el momento se han explicado dos estrategias que hacen parte de un mismo objetivo, sin embargo encontramos que para que este planteamiento hubiese tomado forma era necesario la aplicación de otra estrategia que sirviera de base a las anteriores dos, y es aquí donde toma forma la estrategia del “Enfoque”.

3.3 ESTRATEGIA GENÉRICA DEL ENFOQUE

La estrategia genérica del enfoque, dentro del planteamiento de este problema está constituida como la base de la aplicación de las demás estrategias. En pocas palabras es para efectos de este capítulo la que convierte los objetivos en uno solo para la búsqueda de un mismo fin.

Michael E. Porter, establece la estrategia del enfoque como la manera bajo la cual se utiliza una o todas las herramientas para apuntar hacia una misma dirección.³⁷A su vez esta estrategia del enfoque maximiza tanto las estrategias de liderazgo de costos como la estrategia de diferenciación, por medio de algo que describe Michael E. Porter, como el enfocador. El enfocador según este autor, optimiza la aplicación de la estrategia dentro de una industria en búsqueda de hacerla aun más competitiva sea esta estrategia la de liderazgo de costos o diferenciación.

La estrategia de enfoque está dirigida directamente a plantear y crear un escenario posible en el cual una industria se pueda desenvolver fácilmente, proporcionando optimización para las estrategias. La estrategia de enfoque es tomada

³⁷ Comparar: Porter. ventaja competitiva. P.33

por el autor como el trabajo de campo preparativo dentro de un escenario en el cual se despliegan las demás estrategias, ya sea este internacional, o nacional dependiendo del sistema al cual la industria en este caso textil, este tratando de incursionar.³⁸

La estrategia del enfoque toma parte dentro de este trabajo, como la forma bajo la cual China se preparó para implementar las demás estrategias, partiendo desde sus bases gubernamentales hasta llegar a la OMC.

China comienza una etapa de cambio a partir de mediados de la década del 1980, con la intención de preparar la plataforma bajo la cual se desenvolvería durante los futuros años³⁹. Esta plataforma no es más que la consolidación de las tres estrategias buscadas por China para el impulso de sus industrias. La estrategia de enfoque toma forma en el momento en que China toma la decisión de querer pertenecer a la OMC con la intención de encontrar nuevos mercados para desarrollar el total de sus industrias. La industria textil China es uno de los mejores ejemplos bajo el cual se puede ilustrar la forma en que China está operando y a su vez en que medida las estrategias genéricas están tomando forma dentro de este proyecto monumental.

El encontrar nuevos mercados le ha permitido a China desarrollar todas las estrategias competitivas genéricas, permitiéndole generar una plataforma bajo la cual las estrategias tomen forma, de esta manera la vinculación de China a la Organización Mundial del Comercio, hace parte de la estrategia de enfoque planteada por Michael E. Porter. A su vez que los tratados y convenios internacionales firmados por este país con otros países en el mundo, le han permitido generar aun más interactuar con otras industrias y poner en práctica las demás estrategias.

Una mayor cantidad de mercados para invadir significa para China una mayor posibilidad de expandir su estrategia de liderazgo de costo y comenzar a trabajar en la diferenciación de su industria.

Los recientes convenios firmados con países como Argentina, Chile y Brasil, son una muestra fehaciente por expandir la estrategia de enfoque y otorgar una mayor

³⁸ Comparar: Porter. ventaja competitiva. P.32

³⁹ Ver: Tussie, Eduardo Bianchi. El reconocimiento de china como economía de mercado, documento electrónico

participación de la industria textil china en el resto del mundo. Aunque en la actualidad tal y como lo planteo Michael E. Porter, la estrategia de liderazgo de costos no este produciendo un beneficio relativo a lo que debería ser en realidad para la industria textil china, esto a su vez le esta generando un apuntalamiento en el mercado con expectativas mas amplias hacia el futuro.

El posicionamiento en el mercado de un producto establece serios retos para cualquier industria, y más aun cuando la industria es la textil, en donde los compradores son aun más exigentes a la hora de comprar. El comportamiento de los individuos al comprar un producto textil siempre se fía en primera medida de la calidad, que en el precio, puesto que son artículos en los cuales se busca una amplia vida útil. Sin embargo la industria textil china con sus incursiones se está dando a conocer en el mundo entero, y talvez está esperando el momento en el cual sus estrategias genéricas le proporcionen de una manera más fácil una ventaja competitiva estable que le permita conquistar el mercado que dominan sus competidores.

Por último, no queda más que aclarar que la estrategia de enfoque planteada por Michael E. Porter, es el potenciador de las demás estrategias competitivas tanto de la de liderazgo de costo como la de diferencia. El enfoque es la manera bajo la cual las estrategias de costos y de diferenciación toman forma y se establecen dirigidos hacia un mismo objetivo específico que es el de crear una ventaja altamente competitiva para este caso frente a las demás industrias textiles y en donde a cumplido un gran papel la OMC.

La estrategia de enfoque establece para China, como punto de partida, la adhesión de este país a la Organización Mundial del comercio en cuanto a nivel internacional, y en cuanto a nivel nacional todos los demás planteamientos institucionales del Estado chino que van desde su reforma fiscal y económica hasta la responsabilidad de promulgar reglamentos en el consejo de estado, posicionando el país como rampa de salida para la compra y venta de servicios. La estrategia de liderazgo de costo es solo un planteamiento en cuanto a la búsqueda del despliegue del total de las estrategias, puesto que este podría ser entendido como la posibilidad

que se brindó a sí misma China a partir de la utilización de las economías de escala y la utilización de la mano de obra barata: situación por la cual se estableció en el recorrido de este capítulo una situación en cuanto que la aplicación de esta estrategia no es altamente funcional. Esto debido a que tal estrategia deja a la deriva el tema de la diferenciación solo por el hecho de no poder alcanzarlo por simple imposibilidad por carencias tecnológicas cuya aplicación aún no se ha podido conseguir dentro de sus productos textiles. Pero queda claro que China está en potencia de alcanzar el perfecto balance entre estas dos estrategias y crear una ventaja competitiva extremadamente fuerte para todas las industrias del mundo, incluso la textil colombiana.

Pero por otro lado, para todos los estrategas de empresas e incluso para Michael E. Porter, la implementación de ambas estrategias puede llegar a ser altamente contraproducente para una empresa o industria. Como se ha visto, es muy difícil alcanzar la aplicación de ambas estrategias tomadas al mismo tiempo puesto que en la búsqueda de la reducción de la diferenciación una empresa se verá avocada a invertir altas sumas de capital para lograr su cometido, y a su vez deben de tender a mantener su liderazgo de costos dentro de la industria para evitar una arremetida de sus rivales. Lo que quiere decir que la gran utilización de los capitales de la compañía para crear diferenciación con competidores, y el tratar de mantener el liderazgo de costo, termina en una quiebra segura de la empresa o industria.

Lo cual quiere decir que China podría estar dirigiéndose a un gran peligro, donde sus industrias incluyendo la textil, experimentarían una fuerte contracción. En el caso de los textiles chinos sería que la consecución un producto textil de buena calidad o de carácter innovador sería demasiado costoso para la empresa, es poco rentable para la misma. Lo que dirigiría a la industria textil china a situarse en una mala posición frente a la competencia.

Para Porter existen tres condiciones bajo las cuales una empresa puede lograr la simultaneidad de ambas estrategias. La primera es cuando la competencia se encuentra en el mismo dilema: cuando la competencia está cruzando por la misma situación de la aplicación de ambas estrategias. Se debería tomar la decisión de crear

una diferenciación pequeña que fracture la estabilidad de la competencia, y eliminarla del todo. La segunda es cuando hay grandes interrelaciones entre el sector industrial y estas pueden ser utilizadas por la empresa, mientras la competencia no. La tercera es la creación de una innovación tecnológica tal que le permita bajar el costo y aumentar la diferenciación al mismo tiempo. Como se ha visto para que la aplicación de ambas estrategias funcionen los esfuerzos de las empresas y sectores deben ser muy grandes, para que las estrategias anden.

Lo cual plantea dos posibilidades, la primera la industria textil china estará en capacidad asimilar la búsqueda e implementación de ambas estrategias a partir las pocas posibilidades antes mencionadas, o efectivamente la industria textil china se dirige hacia un gran problema, que puede terminar con el esfuerzo realizado hasta hoy.

4. CONCLUSIONES

Luego de haber logrado estudiar las principales variables y consecuencias de este problema se tienen los recursos suficientes para establecer una situación concreta del fenómeno y tratar de plantear algún tipo de solución.

Como se ha podido apreciar, este estudio encierra en sí mismo un conjunto de variables que muestran el nacimiento y desarrollo de la pérdida de competitividad de la industria textil colombiana frente a la inclusión de China a la Organización Mundial del Comercio. Además exhibe cuáles son los directamente afectados y cómo esta situación se pone en su contra.

Sin ninguna duda, la industria textil colombiana se está enfrentando ante el mayor reto de su historia desde su fundación el siglo pasado. Fabricato, Coltejer y las demás industrias textiles colombianas, se encuentran ante el asedio constante de los ataques chinos, estos vienen reforzados con altas inversiones en calidad de sus productos, siendo así más competitivos en el mercado internacional; y haciéndose mayor apetecidos para los nichos tradicionalmente colombianos del mercado internacional.

El buen comportamiento de las exportaciones colombianas demuestra gran fortaleza en la industria textil. Esta aún se encuentra firme y recibiendo los embates directos de esta situación, explicando esto que el reconocimiento internacional de nuestros textiles es efectivamente fuerte y competitivo. La resistencia de la industria textil en Colombia se ha mantenido estable a pesar de estar compitiendo contra el mayor productor textil en estos momentos a nivel mundial, el cual cuenta con las más grandes condiciones para desplazar las industrias textiles.

La industria textil china en la actualidad es la primera productora a nivel mundial, siendo casi la dueña del mercado internacional con un 45% de participación en éste.

Sin duda alguna China debe a la Organización Mundial del Comercio el posicionamiento actual de su industria textil como la más importante en el mundo en estos primeros cinco años de coalición.

La vinculación de China en esta Organización Mundial del Comercio, le dio las garantías necesarias para el apalancamiento de su industria textil en el mercado internacional y la oportunidad de aplicar las estrategias genéricas enfocadas en la búsqueda de un objetivo común. Mientras una tenía una inversión significativa en infraestructura, la OMC le brindó la capacidad de captar los mercados del mundo entero. Esta situación dio pie garante a una expansión fuerte y concisa de las industrias chinas, entre estas la textil. Condiciones como la mano de obra barata, y producción en volumen a partir de la economía de escala, tomaron forma y permitieron que China posicionara la industria textil como la primera en producción a nivel mundial. Esta condición a su vez le ha traído a China grandes lucros, caracterizados por sus superávits económicos consecutivos en los últimos tres años, además de su crecimiento económico del 8% anual.

La crítica de la calidad de los productos textiles chinos es cada vez menor y está quedándose sin fundamento, como se vio unos capítulos mas atrás, y por tanto la industria textil colombiana debe mantenerse alerta y atenta a cualquier variable que involucre el fortalecimiento de la industria textil china. Las grandes inversiones en tecnología dentro de estas industrias están convirtiendo todos sus productos en elementos más competitivos.

La posición de la industria textil colombiana de enfrentar esta situación con base en la inversión en tecnología es válida, sin embargo, el riesgo de esta opción radica en el costo y los parámetros de inversión entre una industria y otra. La situación anterior se plantea de la siguiente manera: la competencia en tecnología entre ambas industrias es válida, siempre y cuando la industria colombiana tenga la misma capacidad de endeudamiento, pero China viene subsidiando a sus industrias en un intento desmedido de posicionarlas fuertemente en el mercado, y con las divisas resultantes de su superavit, esta inversión en subsidios no representa mayor esfuerzo para China.

La industria textil colombiana debe encontrar la manera de buscar nuevas financiaciones que garanticen la búsqueda de innovación, calidad y los procesos de producción más baratos. La inversión en tecnología por parte de las grandes

industrias colombianas a penas sobrepasa los US\$ 72 millones anuales, esfuerzo grande que se viene haciendo por parte de estas buscando una solución rápida para controlar los posibles efectos de los textiles chinos. Como la inversión es de carácter privado, se hace necesario contar con la ayuda del Estado no solo en la aplicación de resoluciones, sino también con programas de innovación que ayuden a ensanchar las diferenciaciones de ambas industrias.

De acuerdo a lo anteriormente planteado, no existen grandes soluciones para este tipo de problemas, y los remedios deben venir desde la misma industria textil colombiana.

Los parámetros de soluciones preventivas están enumerados en dos tipos: a) modificación de cuotas arancelarias o trabas aduaneras y b) la inversión en tecnología utilizada directamente por la industria textil. Pero como se demostró, ambas son acciones que producen un efecto retardante sobre las consecuencias que podría llegar a producir la competencia China. Este tipo de soluciones originan alivios tempranos, pero no eliminan el problema de raíz; además, como se sabe, algunas de estas soluciones son viables desde el punto de vista económico y jurídico. Los esfuerzos que se están haciendo, están dirigidos no a eliminar el problema, sino a retardar los posibles daños en los nichos de mercado tradicionalmente colombianos.

Queda abierta la posibilidad de un eventual desfallecimiento de las estrategias genéricas de competitividad dentro de la industria textil china, lo cual la dejaría en una difícil situación. El no encontrar el punto de balance entre ambas estrategias, la de costos y la de diferenciación, puede terminar con un final no muy prometedor para la industria textil china. A su vez queda planteada también la posibilidad que tiene China de encontrar este balance entre ambas estrategias, y generar así los productos textiles más competitivos del mercado.

La industria textil colombiana ha sobrevivido este embate y además ha logrado mantener un incremento del 4% de sus exportaciones en el último año. Mientras otras grandes industrias se están viendo gravemente afectadas por el impacto chino, su plan hacia futuro debe ser el de conservar este ritmo, y en mejor medida superarlo.

El manejo interno que está siendo dado por el Estado a este problema no es contundente, pues como ya fue mencionado no se está atacando el problema en el sector que debe ser.

La implementación de medidas no debe estar supeditado solo a la limitación fronteriza de cargamentos textiles chinos, sino la de fortalecer las empresas textiles colombianas para hacerlas menos vulnerables a las amenazas externas. Las empresas colombianas deberían estar subsidiadas por el gobierno al menos en el cobro de impuestos y obligando a las empresas a reinvertir este dinero en investigaciones que busquen incrementar mas el valor agregado de los productos textiles.

Es necesario comprender que las amenazas no están afuera sino en las mismas debilidades internas de la industria.

BIBLIOGRAFIA

Fernando Tenjo Galarza. *La Teoría Neo - Ricardiana del Comercio y su Evaluación Crítica* Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, 1986.

Frederick S. Pearson, J. Martin Rochester. *Relaciones Internacionales Situación global en el siglo XXI* ed. 4ª.

“Kramer, J’arlin, y Root. *Comercio Internacional* ed. Compañía General de Ediciones, S. A, México DF, Pág.- 59 – 83.

Keohene, Robert y Nye, Joseph. *Power and Interdependence* Ed. Chicago, (1977)
pag: 6-10

Paul Krugman. libro; “*Comercio Internacional.*” La referencia clásica es David Ricardo:”*The principles of political economy and taxation*”, publicado por primera vez en 1817.

Paul R. Viotti, Mark V, Kauppi. *International Relations Theory, Realism, Pluralism, Globalism and Beyond.*

Robert Gilpin. *La Economía Política de las Relaciones Internacionales.*

Francisco Adecua y Michael Keating *Paradiplomacia: las relaciones Internacionales de las regiones.*

Simón Levy, Dababah. “*Globalización Económica, 2003*”. Ed. Ediciones Fiscales, ISEF. P. 30

Joseph S. Nye, Jr., Robert O. Keohane. “*Relaciones y Política Transnacionales del Mundo: organización Internacional*”, Vol. 25, No. 3, *Transnational Relations and World Politics* (Summer, 1971), pp. 329-349

Michael E. Porter. *Ventaja competitiva*, Compañía editorial continental, s.a. de C.V. Mexico. Marzo de 1993

Rodrigo Querubín Londoño “El Sorprendente despertar de China” Compañía editorial Carrera septima, Bogota 2004

Documentos Institucionales y Manuscritos:

OIT Organización Internacional de Trabajo. “*La Mundialización cambia la Fisonomía de las Industrias de los Textiles, el Vestido y el Calzado*” “comunicados de prensa”. Ginebra, Lunes, 28 de octubre de 1996.

Pitman B. Potter. The Legal Implications of China's Accession to the WTO. *The China Quarterly*, No. 167. (Sep., 2001), pp. 592-609. Disponible en JSTOR.

O. Keohane and Joseph S. Nye, Jr. *Energía e Interdependencia en la Edad de la información*. *Robert de Foreign Affairs*, September/October 1998

Dra. Monika, Hartmann. – *confección en Colombia, CPROBOL Colombia*, Informe Investigación a la Cadena Textil, Bogota, julio del 2001.

OMC “*Examen de las Políticas comerciales republica popular de China 2006*” Compañía Editorial Bernan, Junio de 2006, pag. Xxiii

Artículos de Revista:

“Talla mundial”.*Revista Cambio*, Edición N^a. 580. pagina; 48, 49. (9 de Agosto de 2004). P.48-49

Internet y Bancos de Datos en Línea:

Cabezas, Carolina. Clima de Emprendimiento Organizado, CEO.CL “*Pymes en quiebra el 2002*”. Consulta realizada en fecha febrero de 2006. Disponible en el sitio Web: <http://www.ceo.cl/609/article-28858.html>

Xinhua. Centro de Información Internet de China. Consulta realizada en fecha: 2005/09/27 10:59. Disponible en el sitio web:http://service.china.org.cn/link/wcm/Qry_Markup_S?p_qry=textiles&v_charid=1&PageNo=2

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística Colombia, consulta realizada en fecha noviembre 26 2007. Disponible en el sitio Web: www.dane.gov.co

Comisión del comercio internacional de los Estados Unidos. “Textiles Chinos” consulta realizada en fecha Marzo, 5 2006. Disponible en el sitio Web <http://dataweb.usitc.gov/scripts/query.asp>

Verónica, Llorca. Oficina Económica y Comercial de España en Shangai. ICEX. 2004. consulta realizada en fecha abril de 200. Disponible en el sitio Web: <http://www.proexport.com.co> / <http://www.icex.es>

Tussie, Diana, Eduardo Bianchi. El reconocimiento de china como economía de mercado, 24/11/2004. Consulta realizada en fecha octubre de 2006, disponible en el sitio Web http://www.latn.org.ar/pdfs/china_dt&eb.pdf

Fernandet, China Oportunidad o Amenaza. 08/05, consulta realizada en fecha marzo 2006. Disponible en el sitio Web: <http://www.todachina.com/>

Fabricato. Historia de fabricato. Consulta realizada en fecha:18/12/2006. Disponible en el sitio Web: <http://www.lopaisa.com/fabricato.html>

Periódico el colombiano. Alta tecnología se toma el mercado de la maquinaria. Consulta realizada miércoles. 3 de mayo de 2006. Disponible en el sitio Web:http://www.elcolombiano.terra.com.co/BancoConocimiento/C/cx_alta_tecnologia_se_toma_la_maquinaria_pabellones_amaca_23012005/cx_alta_tecnologia_se_toma_la_maquinaria_pabellones_amaca_23012005.asp?CodSeccion=126

Rafael Poch. China cambia su política de inversiones extranjeras. la Vanguardia. Consulta realizada fecha:18/12/2006 2:11:54. Disponible en el sitio Web: <http://www.lavanguardia.es/gen/20061121/51293239949/noticias/china-cambia-su-politica-de-inversiones-extranjeras-asamblea-nacional-popular-deng-xiaoping.html>

China org cn. China a Fondo: Preguntas o respuestas. Consulta realizada fecha: 18/12/2006 3:01:07. Disponible en el sitio Web:<http://www.china.org.cn/spanish/235103.htm>

China Internet Information Center; libro Blanco sobre la Situación y política de china frente al empleo: 09/04/2007 8:26 Web:<http://www.china.org.cn/spanish/111396.htm>

Banco Interamericano de Desarrollo; *¿Debe América Latina Temerle a China?:*

09/04/2007

15:36

Web:

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=788347>

BBC News; *Avalancha China*: viernes 31 de diciembre de 2004. 20/09/2007 9:00pm

Web:[http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_4122000/41220](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_4122000/4122063.stm)

[63.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_4122000/4122063.stm)

Proexport: Notiexport. Talento y calidad textil colombiana en EE.UU. Bogota Julio-

Agosto

de

2004.

20/09/2007

10:21pm

Web:

[www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo1275D](http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo1275DocumentNo2906.PDF)

[ocumentNo2906.PDF](http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo1275DocumentNo2906.PDF) - Páginas similares

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. VENTAS Y BENEFICIOS DE LAS SUB-INDUSTRIAS DEL SECTOR TEXTIL EN EL 2003

Anexo 2. CRECIMIENTO REAL DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL COLOMBIANA POR PERIODOS

Anexo 3. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA TEXTIL COLOMBIANA

Anexo 4. EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR MACRO SECTORES

Anexo 5. TENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES Y TASA DE PENETRACIÓN DE IMPORTACIONES DE COLOMBIA (1997 – 2007 primer trimestre)

Anexo1. Ventas y Beneficios de las sub-industrias del sector textil en el 2003

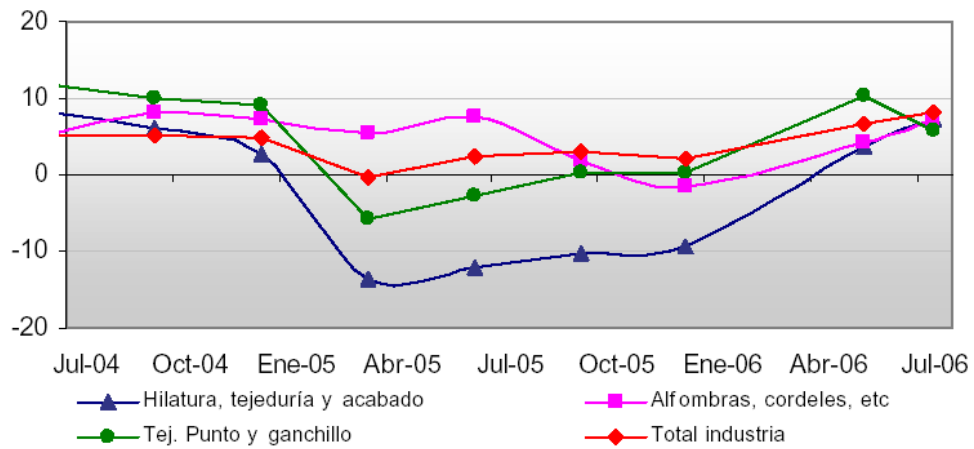
Ventas y beneficios de las sub-industrias del sector textil 2003

Producto	Ingresos por ventas (millones de yuanes)	Beneficios totales (millones de yuanes)	Ratio de Beneficio %
Industria textil global	1.002.428	33.661	3.35
Textiles de algodón	316.413	9.208	2.91
Industria de la lana	63.998	2.273	3.55
Industria del lino	6.790	81	1.19
Industria de la seda	80.877	2.481	3.06
Industria del género de punto	74.238	2.606	3.51

Fuente: China National Textile Industry Council

Anexo 2. Crecimiento real de la producción textil colombiana por periodos

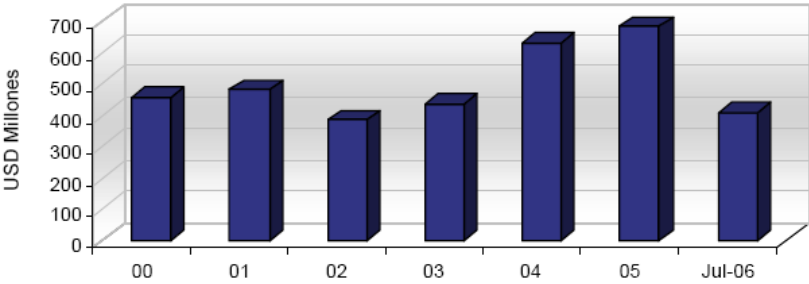
Crecimiento real de la producción



Fuente: DANE correlativa CIIU3 - CIIU2

Anexo 3. Comportamiento de las exportaciones de la industria textil colombiana

Tendencia de las exportaciones



Fuente: DANE

Anexo 4. Exportaciones Colombianas por macro sectores

EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR MACROSECTORES: PRENDAS

MACROSECTOR PRENDAS DE VESTIR				
MACROSECTOR - SECTOR	FOB US\$ ENERO SEPT 2005	FOB US\$ ENERO - SEPT 2006	DIFERENCIA US\$	VARIACION 2006/2005
CUERO MANUFACTURAS DE CUERO	114.743.123	139.581.399	24.838.276	21,6%
CUEROS	70.493.621	92.931.505	22.437.883	31,8%
MANUFACTURAS DE CUERO	44.249.502	46.649.894	2.400.392	5,4%
TEXTILES Y CONFECCIONES	904.633.172	937.818.592	33.185.421	3,7%
TEXTILES	220.239.540	226.256.792	6.017.252	2,7%
CONFECCIONES	684.393.632	711.561.800	27.168.168	4,0%
CALZADO	41.771.386	45.899.513	4.128.127	9,9%
OTROS ACCESORIOS DE PRENDAS DE VESTIR	4.145.726	3.877.548	-268.178	-6,5%
TOTAL PRENDAS DE VESTIR	1.065.293.407	1.127.177.053	61.883.646	5,8%

Fuente: DANE – Cálculos Proexport

Anexo 5. Tendencia de las Exportaciones textiles y Tasa de Penetración de Importaciones de Colombia (1997 – 2005)



Colombia, indicadores de competitividad de Textiles* 2001 - 2007 (I trimestre)

Año	Trimestre	Miles de dólares FOB			Variación anual (%)		(%)	
		Importaciones	Exportaciones	Balanza Comercial	Importaciones	Exportaciones	TAE	TPI
2001	I	150 890,4	98 314,1	-52 576,3	10,11	-4,02	30,02	41,19
	II	152 794,1	123 385,9	-29 408,2	2,30	4,02	36,55	43,20
	III	151 830,6	132 508,4	-19 322,2	-7,66	10,45	36,70	41,43
	IV	128 490,4	129 515,9	1 025,6	-15,83	7,98	35,55	36,97
2002	I	118 911,2	80 373,1	-38 538,1	-21,19	-18,25	26,61	36,55
	II	141 941,2	105 824,0	-36 117,2	-7,10	-14,23	32,87	41,28
	III	148 407,9	102 832,9	-45 575,0	-2,25	-22,40	32,83	42,68
	IV	143 555,1	98 079,4	-45 475,8	11,72	-24,27	32,24	42,67
2003	I	137 976,5	87 548,0	-50 428,5	16,03	8,93	33,22	45,67
	II	134 555,9	98 617,2	-35 938,7	-5,20	-6,81	34,29	43,64
	III	158 888,8	123 412,2	-35 476,5	7,06	20,01	35,87	43,33
	IV	174 965,8	131 542,2	-43 423,6	21,88	34,12	36,53	44,98
2004	I	141 945,4	128 049,4	-13 895,9	2,88	46,26	38,60	42,59
	II	195 061,9	157 724,4	-37 337,5	44,97	59,94	43,85	50,59
	III	192 222,8	181 590,3	-10 632,5	20,98	47,14	43,23	46,18
	IV	175 788,3	182 609,8	6 821,4	0,47	38,82	43,15	44,09
2005	I	165 075,6	137 643,5	-27 432,1	16,30	7,49	39,56	45,61
	II	176 347,3	174 076,6	-2 270,7	-9,59	10,37	44,56	46,48
	III	210 133,5	179 666,2	-30 467,3	9,32	-1,06	40,22	45,59
	IV	182 648,2	190 074,4	7 426,1	3,90	4,09	44,65	45,42
2006	I	192 623,1	160 328,9	-32 294,2	16,69	16,48	41,99	48,05
	II	217 482,3	187 346,9	-30 135,4	23,33	7,62	46,74	51,79
	III	258 186,7	207 994,8	-50 191,9	22,87	15,77	45,72	52,65
	IV	245 965,4	223 608,6	-22 356,8	34,67	17,64	45,48	49,43
2007	I	228 232,0	193 294,2	-34 937,7	18,49	20,56	41,98	47,59

*CIU revisión 2

TAE: Tasa de apertura exportadora (%)

TPI: Tasa de penetración de importaciones (%)

Fuente: DANE - Observatorio de competitividad