

Estudio Comparativo de Competitividad al Sector Textil y de Confecciones en España, China y Mexico

Omar Márquez Pérez

Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Atlántico, Colombia, omp_830@hotmail.com

Katherine Duran Ovallos

Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Atlántico, Colombia, katherine.duran26@gmail.com.

Mayra Palomino Sánchez

Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Atlántico, Colombia, mayrapalomino16@gmail.com

Laura Altamiranda Echeverri

Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Atlántico, Colombia, lauraalta05@hotmail.com

Ernesto Cantillo Guerrero

Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Atlántico, Colombia, ecantilloguerrero@hotmail.com

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze comparatively the competitive performance of companies in the textile garment manufacturer in Spain, China and Mexico, and management of productive and technological factors.

The results show a competition between different segments of the chain, different patterns of specialization in common markets. Is evident the increasing dynamism of chain growth for developing countries through the implementation of free trade agreements with major international markets and highlights the way in wich the main factors influencing the diferencial competitive positioning companies are linked, as the administration's strategic vision and control over all areas of the company. Growing contries can see benefit from de currend trend of productive decentralization sector through an efficient organization and business management.

Keywords: Textile, production factors, technological factors, competitive positioning, strategic vision.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es es analizar comparativamente el desempeño competitivo de las empresas del sector textil confeccionista de España, China y México, y su administración de los factores productivos y tecnológicos. Los resultados muestran una competencia entre diferentes segmentos de la cadena, diferentes patrones de especialización con mercados en común. Se evidencia el incremento del dinamismo de la cadena para los países en crecimiento a través de la puesta en marcha de los tratados de libre comercio con importantes mercados internacionales y se destaca la forma en que los principales factores que influyen en el posicionamiento competitivo diferencial de las empresas del sector, están ligados, como la visión estratégica de la administración y el control sobre todas las áreas de la empresa. Los países en crecimiento se pueden ver beneficiados con la tendencia actual del sector en la descentralización productiva a través de una organización y gestión empresarial eficiente.

Palabras claves: Sector textil, factores productivos, factores tecnológicos, posicionamiento competitivo, visión estratégica

1. INTRODUCTION

La cadena textil está formada de segmentos que incluyen la investigación y el desarrollo, el diseño de nuevos productos, el constante abastecimiento de insumos, el proceso de producción y comercialización. Esta cadena está dirigida por tres grandes grupos: Las tiendas minoristas, los comercializadores de marcas y los fabricantes de marcas. Por lo tanto las empresas deben presentar mayores ventajas competitivas en los principales o en todos los segmentos de la cadena para lograr un mejor resultado. De este manera se compararán potencias como China y España con países Latinoamericanos con México que a pesar de contar con ventajas comparativas importantes se vieron truncadas por factores tanto internos como externos, a continuación analizaremos estos factores y la evolución de algunos países en la crisis del 2009.

2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA TEXTIL MEXICANA

En México la industria textil es una de las principales fuentes de empleo así como a nivel mundial, teniendo en cuenta que también es una de las industrias más antiguas, que hizo parte de la revolución industrial y ha sido una de las actividades críticas en la economía de países en vía de desarrollo.

El caso de China cuestiona el patrón productivo y comercial de México, porque podría ofrecer mercancía con menor costo laboral, insumos de mayor calidad y mejor precio, tecnologías propias y proveedores endógenos. Esto último a raíz de que carecen de perspectiva de endogeneidad territorial, para lograr una forma específica de competitividad sistemática, “En un país en desarrollo no son las empresas sino los territorios el punto de partida socioeconómico del análisis”. (Cárdenas, 2007)

Adicional a esto se encuentran factores como los cambios en la tecnología, la relevancia del tiempo y las distancias, son algunas barreras al comercio exterior. México realiza masivas importaciones en el segmento textil, actualmente China, Vietnam, Indonesia y Bangladesh se posicionan como los principales competidores de la ropa mexicana.

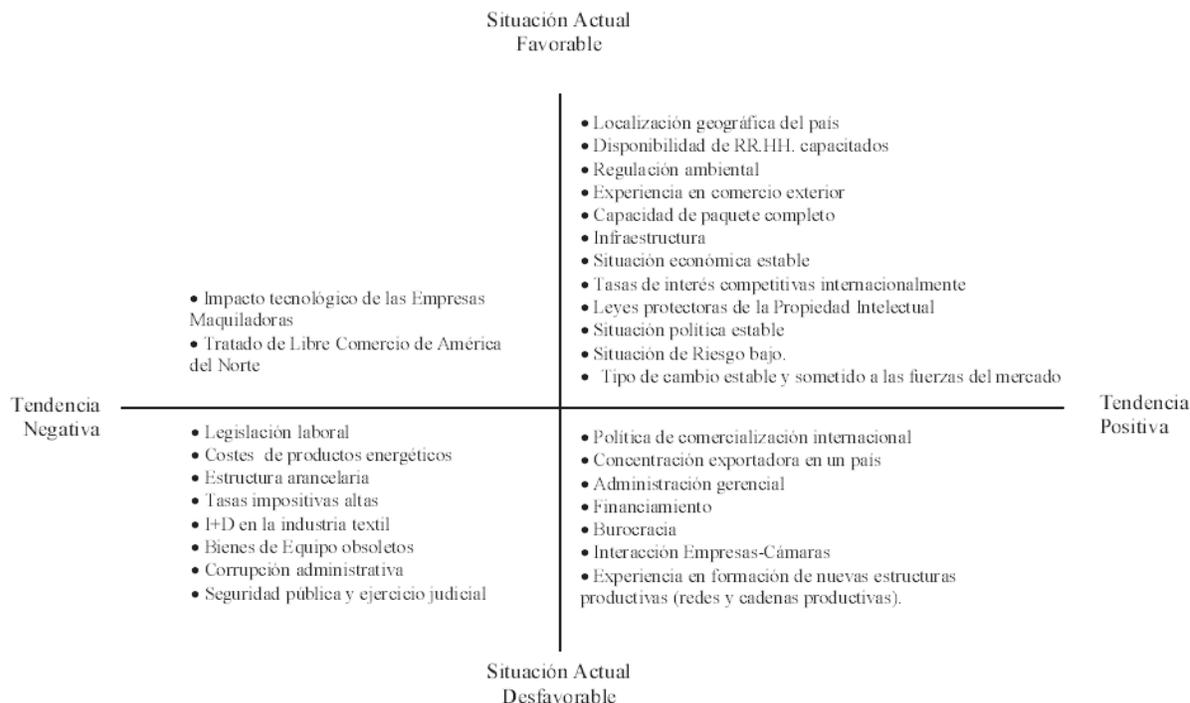
Las ventajas competitivas de China están por encima de la cercanía y capacidad de respuesta rápida ante cambios que tiene México de un mercado tan importante como lo es Estados Unidos. Por otro lado hay partidas comerciales en las cuales los países latinoamericanos tienen una importante participación, es decir, también existen notables ventajas donde se destacan las relaciones interempresariales e institucionales como el control de cadenas específicas y sus segmentos, permitiendo diversas escalas de aprendizaje y mayor eficiencia colectiva.

Otras desventajas mencionadas por (Arroyo, 2010) indican que a pesar de que el sector ha contribuido con la formación de clusters regionales, atracción del capital extranjero, contribución al PIB y a las exportaciones, la falta de desarrollo tecnológico y de coordinación del sector provocó la pérdida de competitividad frente a otros países incluido China. Mientras esto sucedía en México, en China iba en aumento la tasa de exportaciones de la industria textil. Otra de las ventajas competitivas corresponde a los costos de logística, aunque esta es opacada por la inseguridad en México que aumenta el costo de transportes por el robo de embarques y pagos de seguros. (Arroyo, 2010)

En cuanto al diseño, México concentra su producción en productos básicos y no se atreve a innovar en el campo de la moda y la experiencia en clusters corresponde a otras ramas pero no la textil, los existentes no cuentan con la información oficial publicada sobre el total existente en este sector o sobre los casos de éxito.

El gobierno ha establecido programas para la formación de recursos humanos, desarrollo de la infraestructura, programas económicos dirigidos principalmente a la PYMES y al medio ambiente. (Rodríguez, 2006) Luego de este diagnóstico la Secretaría de Economía propuso un programa para la competitividad del sector que permite facilitar la obtención de créditos para las empresas del sector, identifica la necesidad de avanzar hacia la producción.

Figural. Resumen de la situación de factores críticos en los diferentes niveles de la industria textil y de la confección



Fuente (Rodríguez, 2006)

A nivel macro cuenta con políticas generales en este rubro para planes de desarrollo, tratados internacionales, políticas de seguridad pública, ambientales, energéticas y laborales. En la figura 1. (Rodríguez, 2006) muestra una serie de factores que permitirán que México logre una competitividad sostenida en el plano internacional.

Se ha evidenciado un mayor competitividad en los años 2010 y 2011 a causa del abaratamiento de la fuerza de trabajo, así como una mayor estabilidad económica, sin dejar de contar con su ubicación geográfica. Este avance del sector se debe a las políticas gubernamentales de apoyo a la inversión extranjera y promoción de la industrialización del país (Rodríguez, 2006).

En 2010 se registró un incremento de 43% en las exportaciones de la industria textil y de 5% en las de la confección en comparación con 2009. Pantalones de mezclilla, trajes de lana, calcetines y camisetas son los principales productos que México vende al exterior (García, 2011)

En el 2011 se exportaron cuatro mil 695 millones de dólares, brindó 305 mil 288 empleos formales directos y 300 mil informales, lo que la situó como la tercera generadora más importante del Producto Interno Bruto y además se ubico como el quinto proveedor de ropa a nivel mundial, Sin embargo México aún tiene como principales competidores a China, así como a Vietnam, Indonesia y Bangladesh, quienes al ofrecer menores precios de

producción no han permitido que México, a quien le siguen India, Honduras, Camboya, El Salvador y Paquistán, pueda ocupar un mejor sitio en el mercado textil internacional.

3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA TEXTIL CHINA

En estudios realizados en el año 2009, se ratificó el sector textil como una de las principales industrias nacionales capaces de salir airoas ante los riesgos. Durante los primeros diez meses de este año, las exportaciones de hilados, tejidos y productos asociados ascendieron a 62.620 millones de dólares, para un aumento del 29,4%. El volumen de exportación de prendas de vestir alcanzo un volumen de 105.000 millones de dólares, para un aumento - del 19,5%. (Brito, T. 2010)

Llegó a convertirse en el primer socio comercial de Estados Unidos, desplazando a centroamérica, su principal ventaja competitiva en el sector se debe a que sus exportaciones se han diversificado en todos los segmentos de la cadena, es decir, es capaz de producir sus propios insumos. Tienen la habilidad de haber generado importantes economías a escala, insumos a costos muy bajos para la cadena, crecientes avances tecnológicos para los principales accesorios y textiles, financiamiento masivo, larga experiencia en proceso de produccion de paquete completo.

El desarrollo de su industria textil y de confecciones no ha sido un hecho fortuito, durante años China ha confeccionado tejidos con tecnología propia que tuvieron alta aceptación en muchos países del mundo. Hasta los primeros años de la presente década el comercio de los productos textiles chinos estuvieron restringidos por acuerdos internacionales. Al ingresar a la Organización Mundial del Comercio propició que en la actualidad este país se convirtiera en uno de los principales productores y exportadores de textiles y confecciones, situación que ha provocado impactos positivos y negativos en varios países del mundo (Mercado, H.J. et al., 2011).

En la actualidad China es el primer país exportador de textiles y confecciones, la inserción de sus productos textiles en el mercado mundial ha tenido impactos negativos, en muchos países principalmente de Latinoamérica como se mencionó en el caso de México, ya que se han encontrado en desventaja competitiva, lo que ha causado el cierre de empresas e incremento del desempleo. (Área de Negocios Internacionales, 2010)

Autores como Paredes (2007) consideran que la fuente principal de la ventaja competitiva de China es su mano de obra barata. Los bajos costos de la mano de obra en China son significativos, pero la gran disponibilidad de capital, junto con los altos niveles de crecimiento en la productividad, son explicaciones igualmente importantes de su imbatible competitividad, ellos siempre buscan que el ciclo de sus procesos que van desde el diseño de la prenda hasta su embarque sea cada vez más corta, buscando más eficiencia en el proceso productivo porque dado la lejanía de China de sus principales clientes hay costo que inevitablemente no se podrán reducir en el corto plazo, de ahí la importancia que tienen la reducción de los costos logísticos para fortalecer el posicionamiento que alcanzan los productos textiles chinos en el mercado mundial. (Du, H. 2009)

Figura 2. Exportaciones (FOB) e Importaciones (CIF) Del Sector Prendas de Vestir Chino



Fuente (Paredes, 2007)|

Con el propósito de mantener a la industria textil y de confecciones entre los sectores más importantes en la dinámica reproductiva de China el consejo textil chino se ha fijado objetivos para los siguientes cinco años que incluyen, entre otros:

- Modernizar la industria a través de una acelerada reforma técnica y la reestructuración de las empresas textiles.
- Sustituir la importación de telas con producciones nacionales.
- Continuar las investigaciones para el logro de nuevas materias primas que garanticen nuevas fibras químicas a partir de tecnologías con menor agresividad al medio ambiente.



Figura 3. Exportaciones de Prendas de Vestir de China por Destino

Fuente (Aduana China)

Según la revista (Aduana de China), de la Administración General de Aduana del país, publicó recientemente un informe de investigación, según el cual la crisis financiera internacional no ha impedido el crecimiento de las exportaciones de productos textiles chinos.

El Centro de su Industria Textil China se encuentra en Shanghai desde el siglo XVI y se ha convertido en una de las mayores bases industriales del país desde 1949. Y en la actualidad, es el mayor centro económico y de navegación de China y se transformará gradualmente en el centro internacional de economía, comercio y navegación. (China.org.cn)

4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

En España las empresas con la aparición de nuevas tecnologías, el impacto de la globalización en el sector textil, y de la confección han sufrido una transformación a lo largo de estos últimos años; la evolución marcada por la globalización del sector textil y de la confección hizo que a partir del año 2003 el índice de importaciones creciera y exportaciones decreciera; el surgimiento de China como primer productor y exportador y la liberalización de los intercambios textiles internacionales, culminaron con la desaparición del sistema de cuotas del Acuerdo multifibras el 1 de enero de 2005, la cual hace referencia para el sector, confirmando el crecimiento de la competencia internacional, en especial China y la India.

Así la producción global en 2007 acumula una baja del 33 % desde 2000, con la consecuente repercusión en el empleo, que se ha reducido en este período en más de 75.000 puestos de trabajo. (Asociación Española de Constructores de Maquinaria Textil. (2007)

La volatilidad de los tipos de cambio y la inflación pueden alterar rápidamente la situación competitiva de estos países, especialmente en la confección, lo que da como resultado una rápida alteración de las cadenas de suministro. Es decir los costes de China se han casi triplicado en los dos últimos años, lo que impulsa una deslocalización de las producciones más sencillas hacia otros países asiáticos. (Leonard, P.)

Todo esto trae como consecuencia el nuevo direccionamiento, llevando a las empresas a adaptar su nivel competitivo a los nuevos requerimientos, impulsando el mejoramiento tecnológico en el sector.

Esto se vio reflejado a partir del 2006 con crecimiento ligero de las importaciones de maquinaria, las exportaciones españolas del sector textil y la confección alcanzaron los 4,4 mil millones de euros, con un incremento del 17,6% con respecto al año anterior, las razones que explican ese nivel de exportaciones en 2006, relativamente alto, son la mejora del consumo europeo y cierta reorientación de los flujos de suministro tradicionales, después del impacto de la liberalización de 2005 y del acuerdo de limitación con China, con el fin de tener mejoras en las ventajas competitivas ante las multinacionales.

Recordemos que a partir de la incursión de China en el mercado Español, de manera progresiva, llevo a la quiebra varias organizaciones del sector textil en España, a demás con los avances de la logística y el avance de la globalización, la incurrancia de los costes salariales, cobra cada vez más incidencia, especialmente para las grandes producciones (ver tabla 1.), llevando a las empresas a la creación de nuevas estrategias como la reducción de la distancia entre los diferentes eslabones de la cadena de suministro que intervienen el proceso de fabricación y distribución, hasta el consumidor final, “el cliente”. (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España)

ZONAS PRODUCTIVAS ESPAÑOLAS EN FUNCIÓN DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

ZONA NORTE	AGRUPA LAS COMUNIDADES DE ARAGÓN, CANTABRIA, NAVARRA, PAÍS VASCO Y LA RIOJA. SE TRATA DE UNA ZONA CON GRAN INFLUENCIA EUROPEA, CON UNOS ALTOS NIVELES DE EXIGENCIA EN CUANTO A LA CALIDAD Y DISEÑO EN LOS PRODUCTOS Y CON UN SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN BASADO EN EL COMERCIO DETALLISTA
ZONA SUR	SE INCLUYEN LAS COMUNIDADES DE ANDALUCÍA, CASTILLA-LA MANCHA, EXTREMADURA Y MURCIA. EN ESTA ÁREA TERRITORIAL NO SE DESTACAN EXIGENCIAS DE CALIDAD O DISEÑO, SINO DE PRECIO; ELEMENTO PRIMORDIAL DE LA COMPETITIVIDAD DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL, SIEMPRE CON TENDENCIA A LA BAJA.
ZONA NOROESTE	SE SITUAN LAS COMUNIDADES DE ASTURIAS, CASTILLA Y LEÓN Y GALICIA. ESTA ZONA COMPARTE ASPECTOS CON OTRAS COMO LA ESPECIAL PREOCUPACIÓN POR EL DISEÑO Y EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS Y LA RESEÑABLE PRESENCIA EN LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DETALLISTA.
ZONA CENTRAL	SE UBICA EXCLUSIVAMENTE EN LA COMUNIDAD DE MADRID, DEBIDO A QUE ÉSTA PRESENTA CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS. SE CONFIGURA COMO UN PUENTE DE UNIÓN ENTRE OTRAS ZONAS CON UNA GRAN INMIGRACIÓN QUE PROVOCA LA EXISTENCIA DE CARACTERÍSTICAS PERTENECIENTES AL RESTO DE LAS ZONAS.
ZONA MEDITERRÁNEA	SE ENGLOBAN EN ESTA ZONA LA COMUNIDAD VALENCIANA, BALEARES Y CATALUÑA. SE TRATA DE UN MERCADO MUY COMPETITIVO, YA QUE JUNTO A LAS EXIGENCIAS DE CALIDAD Y DISEÑO SE UNEN EXIGENCIAS DE PRECIO. ADEMÁS, EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN COMBINA LAS FÓRMULAS EXPUESTAS EN OTROS MERCADOS

Tabla 1: Zonas productivas españolas del sector textil en función del sistema de comercialización.

Fuente (Aguilar, M.D.)

Por otra parte, la industria española, tradicionalmente está orientada al mercado interior que carece de muchos casos de estructuras orientadas al mercado mundial es por esto que tenía dificultades para competir con éxito con organizaciones maduras. Así se explica la importancia que tuvo España las importaciones provenientes de los países comunitarios como Italia o Francia, donde hay una gran experiencia desempeño en el mercado mundial. A demás se puede apuntar que el sector se concentra en Cataluña y Valencia, quedando la actividad citada mucho mas dispersa geográficamente, territorialmente España se distinguen básicamente cinco zonas productivas en función del sistema de comercialización de productos y de los hábitos de consumo registrado.

La necesidad de ser competitivos a nivel mundial provoco una orientación de la producción hacia los segmentos de elevado valor añadido y así competir en un mercado mundial progresivamente, por lo tanto hubo cambios en la reestructuración de la capacidad productiva con un elevado coste.

Después de una coyuntura especialmente grave en 2009, la mayoría de indicadores parecen señalar una cierta recuperación en el sector textil. Como se ha dicho, la demanda exterior ha tenido una evolución más favorable. Así, las exportaciones del Sector Textil / Confección han experimentado un incremento del 9,0 % en valor sobre las del mismo período del año 2009, superando los 8.500 millones.

EXPORTACIONES

	2007	2008	2009	2010	2011
MANUFACTURAS TEXTILES	3.449	3.053	2.659	2.924	3.204
VESTUARIO PUNTO Y CONFECCIÓN	4.326	4.967	5.162	5.620	6.362
T O T A L	7.775	8.020	7.821	8.544	9.566

IMPORTACIONES

	2007	2008	2009	2010	2011
MANUFACTURAS TEXTILES	4.091	3.545	2.850	3.268	3.471
VESTUARIO PUNTO Y CONFECCIÓN	9.329	10.037	8.945	10.037	11.195
T O T A L	13.420	13.682	11.795	13.305	14.666

Tabla 2: Evolución de las importaciones y exportaciones 2011

Fuente: Centro de información textil y de confección.

Durante la primera mitad de 2010, las exportaciones del Sector Textil / Confección han experimentado un incremento del 7,5 % en valor sobre las del mismo período del año 2009. El impulso de la demanda exterior ha sido básico para la progresiva mejora de la situación coyuntural del Sector, superando así el punto álgido de la crisis, lo que se refleja en una mejor evolución de la actividad y el empleo durante la primera parte de este año, siempre en comparación con los datos muy negativos de 2009.

Como ejemplo de la reestructuración en el sector textil, basado en la innovación, tecnología de información, creación de modelos capaces de responder a la demanda e cuestión de semanas, se muestra el modelo de Zara combinado todo lo anterior en una sola palabra “tiempo”. Es así como Zara una tienda de ropa española perteneciente al grupo INDITEX creada por Amancio Ortega Gaona bajo su pensamiento de una empresa en red, desarrollando TIC en la organización, la lleva así al éxito, con la explotación y uso del conocimiento en todas las actividades productivas dentro y fuera de la cadena de suministro. (Martínez, A.)

Mientras otras marcas demoran meses para sacar nuevas colecciones Zara lo hace en una semana, esto lo logra con la información que los vendedores de cada una de las tiendas que se encuentran en el mundo, envían por mail diariamente, así 200 diseñadores va obteniendo rápidamente la información para transformarla en físico, y distribuir las prendas, a demás, cada vez que se vende una prenda vestir, también gracias a la red se va moviendo esta información para saber cuáles son las prendas y los diseños que están teniendo flujo de venta y así sacar en el menor tiempo posible lotes de producción.

Es por esto que el factor tiempo es de vital importancia para competitividad, a menor tiempo mayor es la competitividad, y más en este mundo tan globalizado, si comparamos con china, ¿donde está su éxito? ¿Cómo ah logrado mantenerse en la posición que se encuentra actualmente?, recordemos que China es el primer país exportador de textiles y confecciones , y lo ah logrado por la administración del recurso tiempo, que gracias a la tecnología es bien utilizado y como resultado los lleva a el país de mayor competitividad en el sector textil y confección.

5. CONCLUSIONES

Al analizar la situación en el comercio del sector textil en países como China, España y México se determinaron los factores productivos, las ventajas y desventajas de su comercialización en el Sector textil, luego de la crisis económica que arrasó la situación textil en el 2009, En caso de México se observó que el sector textil creció, pero puede aumentar su productividad siempre y cuando reciba una inyección de capital para cubrir la materia prima que importa, en especial de países asiáticos y de otras regiones del mundo. Es decir invertir en más fábricas de telas e hilados, y que no dependa de los proveedores internacionales. De concretarse este anhelo se le abrirá nuevos mercados, y el producto será más competitivo a nivel internacional.

La inversión tecnológica en industrias del sector textil en España, esto hace parte de una gran estrategia para la competitividad y productividad, lo anterior se explica por la evolución de la industria local por la búsqueda de ocupar algunos nichos del mercado. Cabe resaltar que esta reestructuración va dirigida hacia desarrollo de productos más sofisticados de mayor calidad, alto valor añadido y relacionados con la capacidad de respuesta a los cortos ciclos comerciales, los que deben ser con capacidad de innovación, diseño y coordinación entre producción y la comercialización. (Costa, M.T.)

Una de las principales ventajas competitivas de China con respecto a los demás países, es la capacidad de mano de obra económica, Sin embargo aumenta, En los demás países se evidencia la necesidad de inversión en maquinaria, tecnología, innovación, planes de acción encaminados a formar estrategias que permitan posesionar el País como el mejor exportador de prendas de vestir, del sector textil, estrategias de productos, analizar nuestros competidores que permita conocer las principales ventajas, para aplicarlo en forma mejorada a los procedimientos de nuestro País.

El tiempo es el principal recurso que poseemos a nuestra disposición y paradójicamente es el más limitado e irrecuperable, una correcta administración del tiempo será el catalítico acelerador de la competitividad. Podemos afirmar que este mundo globalizado con un desarrollo vertiginoso de las tecnologías, la información, la comunicación y cantidad de acuerdos de libre comercio, las empresas que conozcan e implementen modelos y métodos enfocados a la optimización del uso del recurso “tiempo” serán los más competitivos. (Martínez, A)

Frente a cada una de las problemáticas que pueden alterar el comportamiento del mercado en el sector textil, la variabilidad de la economía, es evidente la necesidad de competir, para ello es necesario identificar los factores productivos, ventajas y desventajas del sector textil en el país, con el fin de elaborar planes estratégicos que permitan aumentar las exportaciones e importaciones, mejorar los procesos de comercialización textil, entre otras.

REFERENCIAS

1. Aguilar, M.D., Bernal, M., Carretero, J., Castro, P. “Plan Estratégico para el Sector Textil – Confección de Extremadura 2009 – 2013”.
2. Área de Negocios Internacionales. (2010). “Industria de las Confecciones y su Visualización Internacional”. Centro de Desarrollo Empresarial.
3. Arroyo, M.P.E., Cárcamo, M.L. (2010). “La Evolución Histórica e Importancia Económica del Sector Textil y del Vestido en México”. Economía y Sociedad, Vol. XIV, No. 25, pp. 63 – 64.
4. Asociación Española de Constructores de Maquinaria Textil. (2007). “Estudio de Valoración Tecnológica del sector Textil - Confección Española”. Centro de Información Textil y de la Confección A.I.E.
5. Brito, T. (2010). “Comparativo del Sector Confección en China y Colombia: Análisis del indicador de Competitividad 2000 - 2008”. Suma de Negocios, Vol. 1, No. 2.

6. Cárdenas, H.L., and Dussel E. (2007). “México y China en la cadena Hilo – Textil – Confección en el mercado de Estados Unidos”. Comercio Exterior, Vol. 57, No. 7, pp 1 – 5.
7. China.org.cn. “Las Provincias y Regiones Autónomas de china”. Obtenido de <http://spanish.china.org.cn/spanish/xi-difang/shanghai.htm>
8. CITYC (2010) “Evolución de las importaciones y las exportaciones 2010” obtenido de <http://www.fedecon.es/post/balance-2010.pdf>
9. CITY (2011) “Evolución del sector textil 2011” Obtenido de <http://www.cityc.es/docs/EVOLUCI%C3%93N%20DEL%20SECTOR%20TEXTIL.pdf>
10. Du, H. (2009). ”La Industria Textil y de Confecciones en el Desarrollo Económico de la República Popular China”. Observatorio de la Economía y la Sociedad China OES-China. No. 11.
11. Lleonard, P., Garola, A., Vélez, G. “Previsiones sobre la Evolución del Sector Textil/Confección en el Horizonte de 2015”. Observatorio Industrial del Sector Textil/Confección.
12. La Nueva Economía (2011.) – México Economía “El sector textil Mexicano crece, pero necesita más inversión”.
13. Mercado, H. J., Fontalvo, T. J., De la Hoz, E. (2011). “Análisis Comparativo entre las Cadenas Productivas del sector Textil – Confecciones de la provincia de Jiangsu – China y el departamento del Atlántico - Colombia”. Ingeniare: Revista Chilena de Ingeniería, Vol. 19, No. 3. pp. 429 – 441.
14. Rodríguez, C., Fernández, L. (2006). “Manufactura Textil en México. Un Enfoque Sistémico”. Revista Venezolana de Gerencia (RVG), Vol. 11, No. 35, pp 339 – 343.
15. Subdirección General de Estudios y Modernización del Comercio Interior. “El Comercio Textil en España”. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
16. Universia-Mexico Noticias (2012), “ México óptimamente posesionado en la industria textil “ Obtenido de <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2012/01/27/907997/mexico-optimamente-posicionado-industria-textil.html>

Autorización y Renuncia

Los autores autorizan a LACCEI para publicar el escrito en las memorias de la conferencia. LACCEI o los editores no son responsables ni por el contenido ni por las implicaciones de lo que esta expresado en el escrito