



**Somos calidad,  
somos USC**

**Estudio analítico sobre la internacionalización y sostenibilidad de las pymes textiles de Medellín en el contexto de la alianza del pacífico**

**Autor**

**Jeinny Viviana Charry Osorio  
Tatiana Tobar Cifuentes**

**Título por el que opta**

**Profesional en finanzas y negocios internacionales**

**Director**

**Doris Lilia Andrade Agudelo**

**Facultad ciencias económicas y empresariales**

**Finanzas y negocios internacionales**

**Universidad Santiago de Cali**

**Santiago de Cali - Colombia**

**2025**

## **Resumen**

Este estudio analiza los desafíos y oportunidades que enfrentan las Pymes textiles de Medellín en su proceso de internacionalización, destacando la importancia de fortalecer su sostenibilidad económica, social y ambiental. A través de una metodología basada en una revisión bibliográfica en las principales bases de datos. Se identifican estrategias financieras, operativas y comerciales que podrían mejorar su competitividad en los mercados globales, particularmente en el marco de la Alianza del Pacífico. Entre los hallazgos clave, queda claro que la adopción de tecnología moderna, la implementación de prácticas sostenibles y la participación en redes de colaboración son claves para superar las barreras estructurales y operativas. Finalmente, se destaca la necesidad de políticas públicas que faciliten el acceso al crédito, promuevan la innovación y apoyen la internacionalización, permitiendo a estas empresas posicionarse como actores relevantes en el comercio global.

**Palabras clave:** PYMES textiles, sostenibilidad, internacionalización, competitividad, Alianza del Pacífico, Medellín, estrategias financieras, innovación.

## **Abstract**

This study analyzes the challenges and opportunities faced by textile SMEs in Medellín during their internationalization process, emphasizing the importance of strengthening their economic, social, and environmental sustainability. Through a bibliographic review of data base, The research identified financial, operational, and commercial strategies that can enhance their competitiveness in global markets, particularly within the framework of the Pacific Alliance. The main findings revealed that adopting advanced technologies, implementing sustainable practices, and participating in collaborative networks are critical to overcoming structural and operational barriers. The study concludes by highlighting the need for public policies to facilitate access to credit, promote innovation, and support internationalization, enabling these companies to establish themselves as significant players in global trade.

**Key words:** Textile SMEs, sustainability, internationalization, competitiveness, Pacific Alliance, Medellín, financial strategies, innovation.

## INTRODUCCIÓN

El sector textil y de confecciones ha sido históricamente uno de los motores de desarrollo económico en Medellín y el Valle de Aburrá, las cuales, dentro de este ecosistema, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desempeñan un papel central, tanto por su capacidad de generar empleo como por su contribución a las exportaciones y al valor agregado industrial. Según Pineda-Guzmán (2018), estas empresas no solo son clave en términos de producción y empleo, sino también en su potencial de transformación social y económica en la región. De acuerdo con la Cámara de Comercio de Medellín (2013), el Clúster Textil/Confección, Diseño y Moda albergaba en ese año más de 10.000 empresas, de las cuales más de 1.200 eran PYMES, aportando aproximadamente el 30,6% del empleo industrial en Antioquia. Este panorama evidencia la relevancia de las PYMES textiles como agentes estratégicos para el desarrollo económico local y regional

No obstante, dichas empresas enfrentan múltiples barreras estructurales que limitan su competitividad y sostenibilidad en el largo plazo, entre los principales desafíos se encuentran la escasa planeación estratégica, el acceso restringido al crédito, el bajo nivel de adopción tecnológica y la limitada capacidad para implementar prácticas sostenibles e innovadoras, dichas debilidades se hacen aún más evidentes en el marco de procesos de integración económica como la Alianza del Pacífico (AP), conformada por Colombia, Chile, México y Perú, ya que, este bloque promueve la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, y abre oportunidades significativas para las PYMES que logren adaptarse a los estándares internacionales de calidad, sostenibilidad y eficiencia (González et al, 2018).

Por lo anterior, y bajo esta perspectiva, el presente artículo tiene como objetivo general analizar las estrategias financieras, operativas y comerciales que podrían permitir a las PYMES textiles de Medellín aprovechar las oportunidades de los mercados internacionales ofrecidas por la Alianza del Pacífico, y al mismo tiempo fortalecer su sostenibilidad económica, ambiental y social, del mismo modo, la investigación parte de la premisa de que el desarrollo sostenible, entendido como la integración equilibrada de los aspectos económicos, sociales y ambientales, puede constituirse en una ventaja competitiva clave para estas empresas en entornos globales altamente exigentes.

En cuanto a la metodología, se adoptó un enfoque cualitativo a través de una revisión bibliográfica de literatura académica en inglés y español, publicada entre los años 2010 y 2024, en el que, las fuentes fueron seleccionadas de bases de datos como Scopus, Web of Science y Google Scholar, con criterios de relevancia temática y rigor académico. El análisis se estructuró mediante la categorización de información en torno a temas clave: sostenibilidad financiera, uso de tecnologías, participación en clústeres, estrategias de internacionalización y cumplimiento de normas ambientales, esta metodología permitió identificar patrones, mejores prácticas y oportunidades específicas para el fortalecimiento del sector.

Del mismo modo, este artículo busca aportar al conocimiento sobre cómo las PYMES textiles pueden mejorar su competitividad en un entorno de globalización regulada, utilizando la sostenibilidad como ventaja estratégica, y al mismo tiempo, ofrece insumos relevantes para la formulación de políticas públicas que apoyen al sector en su proceso de integración internacional; de esta manera, el estudio contribuye a la comprensión de los mecanismos necesarios para que las empresas locales no solo sobrevivan, sino prosperen en los mercados de la Alianza del Pacífico.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y empleó el método de revisión bibliográfica como técnica principal para la obtención de información. Se realizó una búsqueda en fuentes académicas de artículos científicos en inglés y español relacionados con la competitividad, sostenibilidad financiera, internacionalización y estrategias operativas de las PYMES textiles, con énfasis en Medellín y los mercados de la Alianza del Pacífico. Las fuentes se seleccionaron de bases de datos académicas como Scopus, Web of Science, Google Scholar y repositorios institucionales, utilizando términos clave como "PYMES textiles", "sostenibilidad financiera", "Alianza del Pacífico", "competitividad" y "estrategias de internacionalización". Los criterios de inclusión consideraron publicaciones entre 2010 y 2024, con enfoque en estudios de caso, revisiones teóricas y análisis empíricos.

El manejo de la información incluyó un proceso de categorización y análisis temático para identificar patrones, enfoques comunes y discrepancias entre los estudios seleccionados. Los datos se organizaron en categorías relacionadas con las áreas de interés: uso de tecnología avanzada, prácticas sostenibles, participación en clústeres, cumplimiento de estándares internacionales y estrategias comerciales para la exportación. La información recolectada se analizó de manera crítica para establecer un diálogo entre autores, lo que permitió sintetizar hallazgos clave, destacar mejores prácticas y formular recomendaciones orientadas a las PYMES textiles de Medellín. Este enfoque garantiza una comprensión integral de los retos y oportunidades del sector en el contexto de los mercados internacionales.

## DESARROLLO

### **Oportunidades de conocer empresas textiles en la alianza**

Las PYMES textiles en Medellín tienen un impacto indiscutible en la economía regional y nacional, pero para consolidar su crecimiento y sostenibilidad deben superar desafíos relacionados con la innovación, la planificación estratégica y la internacionalización (Huaman Callo, 2019). La Alianza del Pacífico y el modelo Clúster ofrecen oportunidades significativas para potenciar su competitividad. Sin embargo, se requiere un mayor enfoque en la implementación de tecnologías avanzadas, acceso a financiamiento y participación en iniciativas estratégicas, lo que permitirá a estas empresas seguir siendo un pilar económico clave en la región.

Un ejemplo destacado es Coltejer, una empresa textil de Medellín que exporta el 30% de su producción a mercados como México, Ecuador y Centroamérica, mientras que el 70% restante se vende a confeccionistas nacionales (Dinero, 2016). Este caso demuestra que, con una adecuada planificación estratégica y uso de tecnologías avanzadas, las empresas textiles pueden aumentar su competitividad y posicionarse en mercados internacionales. A pesar de los avances, la falta de conocimiento sobre las ventajas de pertenecer a un clúster y la carencia de estrategias claras de sostenibilidad financiera siguen siendo retos. Según Muñoz (2015), el desconocimiento de estrategias de sostenibilidad, responsabilidad social e innovación limita el crecimiento de las PYMES y su capacidad de competir en mercados globales.

Uno de los aportes más destacados de las PYMES textiles es su capacidad de generar empleo, con un enfoque inclusivo que beneficia especialmente a mujeres. Según CANAINTEX (2023), la industria textil genera más de 1.2 millones de empleos en Colombia, de los cuales más del 60% están ocupados por mujeres jefas de familia, este dato subraya la importancia de las PYMES en la promoción de la equidad de género y el sustento de comunidades vulnerables. Además, estas empresas tienen un alcance significativo en áreas rurales y urbanas con altos niveles de desempleo, ofreciendo oportunidades laborales y mejorando el nivel de vida de muchas familias (Avendaño-Velandia, Moreno-Sánchez & Sierra-Martínez, 2020).

Del mismo modo, durante el análisis documental, se identificó que los productos textiles (especialmente tejidos, cordeles, prendas de punto y confecciones), gozan de condiciones preferenciales de acceso a los mercados de México, Chile, Perú y Colombia dentro del marco de

la Alianza del Pacífico, dichos beneficios incluyen la eliminación progresiva o inmediata de aranceles, lo que ha favorecido la competitividad de las exportaciones en este sector (COMEX, 2014), por lo que, esta información se integró al análisis temático para comprender cómo los acuerdos comerciales pueden representar una ventaja estratégica para las PYMES textiles de Medellín interesadas en internacionalizar sus productos.

Las condiciones arancelarias favorables ofrecen oportunidades significativas para que las PYMES textiles de Medellín exporten a estos mercados con menores costos de entrada. Esto es especialmente relevante para productos como prendas de vestir y tejidos de punto, que son segmentos competitivos y de alta demanda en la región.

1. **Competitividad en costos:** La eliminación de barreras arancelarias en el marco de la Alianza del Pacífico permite a las empresas textiles ofrecer precios más competitivos en mercados clave como Perú y México, donde la apertura comercial ha incentivado el consumo de productos importados, dicha liberalización comercial mejora las condiciones de acceso para las PYMES, reduce los costos de exportación y favorece la diversificación de mercados (Bejarano & González, 2013; COMEX, 2014).
2. **Diversificación de mercados:** La apertura comercial permite a las PYMES diversificar su base de clientes y reducir la dependencia del mercado interno, fortaleciendo su posición frente a fluctuaciones económicas locales.

Uno de los principales desafíos para las PYMES textiles es mantener una estructura de costos competitiva sin comprometer la calidad. Según Pérez y González (2021), "la implementación de tecnologías de manufactura avanzada puede reducir costos operativos hasta en un 20% mediante la automatización y la mejora en la eficiencia de los procesos productivos" (p. 45).

### **Estrategias para mejorar la eficiencia operativa en las PYMES textiles**

Según Vieira, Nunes y Sousa (2018), la implementación de tecnologías de manufactura avanzada, la cooperación empresarial y la reorganización de procesos logísticos son elementos clave para este objetivo.

En este sentido, las empresas de Medellín pueden adoptar estrategias como:

- **Inversión en tecnología:** Incorporar maquinaria automatizada y software de gestión puede reducir el desperdicio de materiales y optimizar los tiempos de producción, ya que, tecnologías como el corte láser en textiles permiten aumentar la precisión y disminuir el material desaprovechado, lo cual mejora la productividad general (Vieira et al., 2018).
- **Economías de escala:** Consolidar pedidos y aumentar los volúmenes de producción permite reducir los costos unitarios, donde las PYMES pueden integrarse en cooperativas, redes o alianzas industriales para negociar mejores condiciones con proveedores, como lo señala González-Pérez, Manotas y Ciravegna (2016), quienes destacan la importancia de la colaboración entre empresas como herramienta para compartir recursos y ampliar su capacidad productiva.
- **Subcontratación estratégica:** Externalizar procesos no esenciales a regiones con menores costos de producción puede ser una alternativa viable para disminuir gastos, pero, como indican Ramírez y Torres (2020), esto requiere un equilibrio con el control de calidad y la gestión eficiente de los tiempos de entrega para no afectar el posicionamiento de la marca ni la fidelidad del cliente.

La cadena de suministro es un factor determinante en la viabilidad económica y la competitividad internacional. Según Morales y López (2022), "las cadenas de suministro flexibles y localizadas permiten a las empresas reaccionar más rápido a los cambios en la demanda internacional" (p. 30). Estrategias clave incluyen:

1. **Proximidad a Proveedores:** Establecer relaciones con proveedores locales o regionales reduce costos logísticos y tiempos de entrega, aumentando la eficiencia operativa. Por ejemplo, en el marco de la Alianza del Pacífico, aprovechar proveedores de Perú o México con acuerdos comerciales preferenciales puede ser una ventaja.
2. **Digitalización de la Cadena de Suministro:** La implementación de tecnologías de trazabilidad, como blockchain, mejora la transparencia y la eficiencia logística. Esto permite optimizar rutas de transporte y gestionar inventarios en tiempo real, reduciendo costos innecesarios.

3. **Reducción de Intermediarios:** Establecer acuerdos directos con proveedores y distribuidores elimina intermediarios, disminuyendo costos transaccionales. Además, facilita la personalización de pedidos según las necesidades de los mercados internacionales.

La colaboración entre empresas es esencial para superar barreras financieras y operativas. Según Ramírez y Torres (2020), las alianzas estratégicas contribuyen a compartir recursos, acceder a nuevos mercados y diversificar riesgos, he ahí donde, las PYMES textiles de Medellín pueden beneficiarse de:

1. **Acuerdos de Exportación Conjunta:** Asociarse con otras PYMES del sector para consolidar productos bajo una misma marca exportadora aumenta la competitividad y reduce costos logísticos.
2. **Inversión Conjunta en Innovación:** Crear centros de innovación compartidos facilita el desarrollo de nuevos productos sostenibles y de alta calidad, adaptados a las demandas internacionales.
3. **Participación en Clústeres Textiles:** Integrarse al Clúster Textil/Confección de Medellín fortalece la colaboración entre empresas, instituciones académicas y el gobierno, promoviendo la competitividad internacional.

### **Estrategias competitivas de las empresas en el sector**

Las pequeñas y medianas empresas textiles de Medellín se caracterizan por su destacada habilidad para ajustarse a las tendencias del mercado, lo que se manifiesta en su rapidez para poner en práctica nuevas técnicas, materiales y diseños vanguardistas, este dinamismo les brinda la oportunidad de liderar en tendencias como la moda sustentable y la economía circular., por otro lado, debido a su tamaño reducido, poseen la capacidad de modificar rápidamente sus procesos de producción sin tener que lidiar con los extensos ciclos de decisión que a menudo impactan a las grandes empresas. De hecho, prácticas como el uso de fibras recicladas, empaques biodegradables, y la incorporación de energías limpias en sus operaciones han dejado de ser una excepción para convertirse en ventajas competitivas (CANAINTEX, 2023), cabe destacar que, dicha transformación también ha sido propulsada por la creciente demanda de consumidores conscientes y normativas más rigurosas en los mercados globales.

Otro elemento crucial de su estrategia de competencia es la creación de valor local a través de la formación de cadenas de abastecimiento territorializadas. Las pequeñas y medianas empresas textiles generalmente se ubican en comunidades donde establecen vínculos comerciales con proveedores de materias primas, talleres de confección y distribuidores a nivel regional, generando así un efecto multiplicador en la economía local (Nogal, 2015). No solo estas cadenas impulsan el empleo, sino que también robustecen la unidad social y el crecimiento regional, es más, este método posibilita a las compañías disminuir tiempos y gastos logísticos, potenciar su habilidad para responder al mercado y mantener un control de calidad más estricto en cada etapa del proceso de producción, y, en un ambiente de competencia global, esta proximidad operativa se transforma en un beneficio distintivo ante modelos de producción más dispersos y deslocalizados (Nogal, 2015).

La dimensión social igualmente supone un beneficio estratégico. Las pequeñas y medianas empresas textiles han creado circunstancias favorables para la inclusión de mujeres, jóvenes y población en circunstancias de vulnerabilidad. Estos sectores hallan en el emprendimiento textil un camino para el crecimiento económico y la implicación directa en la industria. La apreciación de capacidades artesanales, la innovación fundamentada en la identidad cultural y la formación de marcas con un fuerte sentido de identidad regional han generado modelos de negocio sostenibles con un profundo vínculo comunitario. En este contexto, la creación de productos con identidad local no solo contribuye a la diversidad del mercado, sino que también satisface una creciente necesidad de consumidores que aprecian la autenticidad y la rastreabilidad de los productos (Avendaño-Velandia, Moreno-Sánchez & Sierra-Martínez, 2020).

En contraposición, la implementación de instrumentos digitales y tácticas de colaboración ha potenciado aún más la posición competitiva de estas compañías, es por ello que, la implementación de plataformas de comercio electrónico, la incorporación de programas de administración de inventarios y producción, y la integración en agrupaciones industriales han facilitado a las pequeñas y medianas empresas incrementar su eficacia operacional, penetrar en nuevos mercados y disminuir sus gastos estructurales; igualmente, la colaboración con entidades académicas y centros de diseño ha promovido procesos de innovación aplicada, mejorando la calidad de sus productos y servicios; básicamente, en este escenario, las pequeñas y medianas empresas no solo superan los desafíos del mercado mundial, sino que encabezan procesos de

cambio en el sector textil desde un enfoque sostenible, inclusivo e innovador (González-Pérez, Manotas y Ciravegna, 2016; Vieira, Nunes y Sousa, 2018; Ramírez y Torres, 2020).

### **Cómo las normas de sostenibilidad abren mercados internacionales**

La sostenibilidad se ha convertido en un aspecto esencial para las pequeñas y medianas empresas de textiles (PYMES) que buscan acceder a mercados internacionales estrictos. Actualmente, tanto los consumidores como las autoridades están más alertas acerca del efecto ambiental y social de los productos textiles, lo que demanda que las empresas se adhieran a estándares de sostenibilidad para poder competir en el escenario global. Normas internacionales como la ISO 14001 en lo que se refiere a la administración ambiental, la Norma Mundial de Textiles Orgánicos (GOTS) y certificaciones como OEKO-TEX han sido adoptadas por compañías que aspiran a ingresar a mercados europeos y norteamericanos, donde estos requisitos son prácticamente esenciales (Ramírez & Torres, 2020).

Uno de los beneficios más significativos de establecer normas de sostenibilidad es la posibilidad de acceder a segmentos de mercado que valoran los productos ecológicos y éticamente fabricados, ya que estos nichos ofrecen precios más competitivos, incrementan la fidelidad del consumidor y logran un espacio en la reputación. Las pequeñas y medianas empresas textiles que aplican acciones como el uso de materiales biodegradables, la reutilización de materiales y la reducción de emisiones, logran sobresalir frente a sus competidores y cumplir con normativas de adquisición pública responsable o políticas de adquisición verde de grandes marcas a nivel mundial (Pérez & González, 2021).

En el escenario específico de Medellín, muchas empresas de pequeña y mediana escala textiles han comenzado a integrar prácticas sustentables en su estrategia de internacionalización. Esto incluye el uso de energías renovables, la administración responsable de las aguas residuales y la elaboración de productos de larga vida útil con materiales reciclables. Esto ocurre porque la puesta en marcha de estas prácticas no solo cumple con las demandas del mercado, sino que también promueve un aumento en la eficiencia operacional, reduciendo costos a medio plazo y fortaleciendo la reputación de la marca ante los consumidores a nivel mundial (CANAINTEX, 2023).

Igualmente, las normativas de sostenibilidad exigen un enfoque social, que incluye condiciones laborales justas, la inclusión de grupos en condiciones de vulnerabilidad y el respeto a los derechos humanos en la cadena de abastecimiento. En Colombia, más del 60% de los empleos generados por la industria textil son desempeñados por mujeres jefas de hogar, lo que representa una oportunidad para fortalecer la visión de equidad de género y comercio equitativo como un plus para el mercado mundial (CANAINTEX, 2023). Este tipo de características son especialmente valorados en países europeos donde las regulaciones de adquisiciones responsables se intensifican progresivamente.

La sostenibilidad también incluye transparencia y monitoreo en los procesos. El uso de tecnologías como blockchain posibilita que las pequeñas y medianas empresas ofrezcan garantías respecto al proceso de los materiales, las condiciones de fabricación y el impacto ecológico de cada prenda de vestir. Esto es vital en circunstancias donde los clientes desean comprender toda la cadena de valor antes de efectuar una compra. Según Morales y López (2022), la trazabilidad no solo aumenta la confianza de los clientes, sino que se convierte en un potente argumento de negocio para las empresas que se involucran en ferias y plataformas internacionales de gran importancia.

Para terminar, la puesta en marcha de normas de sostenibilidad no solo constituye una obligación ética, sino también una oportunidad estratégica para ampliar los mercados a nivel mundial. Las empresas textiles pequeñas y medianas de Medellín pueden emplear este enfoque para expandir su variedad de productos, llegar a consumidores más conscientes y consolidar su presencia en países que aprecian los productos sostenibles. En este escenario, la sostenibilidad deja de ser un reto para convertirse en un camino de crecimiento, diferenciación y competitividad a escala global.

## DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación demuestran que la Alianza del Pacífico se convierte en un escenario estratégico para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas textiles de Medellín. Las posibilidades de interactuar y establecer vínculos con otras compañías del bloque no solo facilitan el intercambio de vivencias, sino también la detección de buenas prácticas en innovación, sostenibilidad y comercio global. No obstante, todavía persisten diferencias significativas en la capacitación de estas compañías para competir bajo los criterios requeridos por el mercado regional. Como indica Huaman Callo (2019), las pequeñas y medianas empresas textiles se encuentran con restricciones estructurales en la planificación estratégica e innovación, lo que impide su expansión sostenida a escala global.

En este contexto, el ejemplo de Coltejer subraya la relevancia de la estrategia de planificación y la adopción de tecnología para alcanzar la competitividad en mercados como México y Centroamérica (Dinero, 2016). A pesar de estos éxitos, numerosas PYMES siguen alejadas de los beneficios de ser parte de un clúster o de involucrarse de manera activa en redes de comercio internacionales. La carencia de conocimiento en estrategias de sostenibilidad e innovación, tal como sostiene Muñoz (2015), obstaculiza a numerosas de estas entidades para fortalecer su desarrollo. La integración en el marco de la Alianza exige no solo competitividad en precio y calidad, sino también compromiso con prácticas sostenibles, algo que aún no es generalizado en el sector.

En contraposición, las pruebas indican que la disminución de tarifas aduaneras y el acceso privilegiado a mercados como Perú y México a través de la Alianza del Pacífico sí han propiciado condiciones más propicias para la exportación de textiles (COMEX, 2014). Sin embargo, esta oportunidad no se ha explotado de manera uniforme, debido a los obstáculos a los que se enfrentan las PYMES en términos de estructura de costos, eficiencia en las operaciones y habilidades logísticas. De acuerdo con Morales y López (2022), la habilidad de una compañía para responder a las variaciones del mercado se basa en cadenas de suministro adaptables y localizadas, lo que subraya la importancia de invertir en digitalización y disminuir los intermediarios para competir de manera eficaz.

Las tácticas competitivas estudiadas, como la inversión en equipos, la subcontratación estratégica y la participación en agrupaciones, evidencian ser instrumentos eficaces para

incrementar la eficiencia y disminuir los gastos operativos hasta un 20% (Pérez & González, 2021). No obstante, su puesta en marcha todavía es restringida debido a limitaciones presupuestarias y a la ausencia de capacitación técnica. En este contexto, Ramírez y Torres (2020) subrayan la relevancia de las alianzas estratégicas para la distribución de recursos, el acceso a la innovación y el fortalecimiento de la presencia global. Este tipo de colaboración puede ser crucial para que las PYMES consigan entrar exitosamente en mercados rigurosos.

La sostenibilidad se presenta como un elemento transversal que no solo facilita la entrada a los mercados globales, sino que también fortalece la identidad de la empresa y la capacidad de resistencia de la organización. Normas globales como ISO 14001 y GOTS están modificando las normas del comercio textil a nivel mundial (Ramírez & Torres, 2020). Las pequeñas y medianas empresas que implementan prácticas sustentables, desde la producción ecológica hasta la igualdad de género en el trabajo, obtienen acceso a segmentos de mercado que aprecian lo ético y lo responsable con el medio ambiente (CANAINTEX, 2023). No obstante, es evidente que la observancia de estas regulaciones no solo demanda la voluntad corporativa, sino también apoyo técnico, financiación y políticas públicas consistentes.

Este estudio evidencia que las pequeñas y medianas empresas textiles de Medellín tienen un enorme potencial para establecerse en los mercados globales, gracias a los mecanismos de integración de la Alianza del Pacífico. Sin embargo, es crucial que estas compañías potencien su habilidad para adaptarse tecnológicamente, logísticamente y de manera sostenible. Las futuras investigaciones podrían enfocarse en examinar ejemplos de éxito específicos en el clúster textil de Medellín, detectar obstáculos particulares para conseguir certificaciones internacionales y examinar el efecto de la sostenibilidad en la lealtad de los clientes extranjeros. Este método permitiría expandir el entendimiento de cómo las PYMES pueden incrementar su competitividad en un contexto mundial cada vez más riguroso y regulado.

## CONCLUSIONES

A lo largo de este estudio quedó en evidencia que las pequeñas y medianas empresas textiles de Medellín no solo tienen un peso importante en la economía regional, sino que además poseen un potencial enorme para crecer y consolidarse en mercados internacionales, pero, ese camino no es sencillo, ya que, aunque hay oportunidades claras en el marco de la Alianza del Pacífico, como el acceso preferencial a mercados vecinos, eliminación de aranceles y una mayor apertura comercial, muchas PYMES todavía no cuentan con las herramientas necesarias para aprovechar al máximo esos beneficios.

En lo que respecta a las oportunidades de internacionalización, el panorama es positivo, puesto que, los tratados firmados en el marco de la Alianza del Pacífico han eliminado muchas barreras comerciales y han creado condiciones favorables para exportar productos textiles. Países como México, Perú y Chile representan mercados atractivos por su tamaño, por su afinidad cultural y por los acuerdos que facilitan el comercio; para las empresas de Medellín, esto significa una posibilidad real de diversificar sus ingresos, reducir la dependencia del mercado nacional y crecer a través de la exportación, sin embargo, también se observa que no todas están preparadas para dar ese paso, pese a que algunas ni siquiera conocen los beneficios que ofrece el tratado o no saben cómo iniciar un proceso de exportación, lo que demuestra una necesidad urgente de formación y acompañamiento técnico.

Por otro lado, al hablar de estrategias competitivas, es evidente que las empresas que han logrado mantenerse en el mercado —y crecer— son aquellas que han apostado por la modernización y la innovación, pues, no se trata solo de producir más, sino de hacerlo mejor, con procesos más eficientes, productos de mayor calidad y tiempos de respuesta más cortos. Estrategias como la incorporación de tecnologías digitales, el uso de maquinaria automatizada, la implementación de software de gestión o incluso la creación de alianzas con otras empresas del sector, son algunas de las formas en que las PYMES han logrado mejorar su competitividad, también hay casos donde las empresas han fortalecido su cadena de suministro local, lo que les permite ser más ágiles, controlar mejor la calidad y reducir costos logísticos.

Del mismo modo, hay que destacar que las empresas que han buscado apoyo en universidades, centros de innovación o clústeres productivos han obtenido ventajas adicionales, puesto que, la colaboración externa permite acceder a ideas frescas, soluciones tecnológicas y

conocimientos que, de otro modo, estarían fuera del alcance de muchas PYMES, esa apertura al trabajo conjunto —aunque aún limitada— es clave para impulsar la transformación del sector.

En lo relacionado con la sostenibilidad, el cambio es lento, pero ya se perciben señales positivas, cada vez más empresas son conscientes de que el futuro del sector depende de su capacidad para producir de forma responsable, cuidando el medio ambiente, reduciendo residuos y mejorando las condiciones laborales. Aunque algunas iniciativas sostenibles todavía se implementan por presión de los compradores o para cumplir con normativas internacionales, también hay un crecimiento genuino del interés por hacer las cosas bien, de manera ética y responsable, a su vez, el uso de materiales reciclados, la eficiencia energética, el tratamiento de aguas residuales o la incorporación de prácticas laborales justas están comenzando a formar parte del día a día en muchas pequeñas empresas, esto, además de ser un compromiso con el entorno, se ha convertido en una ventaja competitiva real, especialmente en mercados donde los consumidores valoran cada vez más lo ético, lo local y lo sustentable.

Sin embargo, para muchas empresas estos cambios siguen siendo difíciles, he ahí donde la sostenibilidad, aunque necesaria, implica inversiones, tiempo y conocimientos que no siempre están disponibles, y ahí es donde cobra importancia el apoyo institucional, sin una política pública clara, sin programas de financiación y sin acompañamiento técnico, muchas PYMES no lograrán dar el salto que necesitan.

Básicamente, este estudio permitió confirmar que las PYMES textiles de Medellín están en una encrucijada, por un lado, enfrentan desafíos estructurales como la falta de acceso a crédito, la informalidad o el rezago tecnológico; pero por el otro, se abren oportunidades enormes para crecer, innovar y competir globalmente. La Alianza del Pacífico representa una plataforma real para esa expansión, pero se necesita más que tratados para que los beneficios lleguen a todos; hace falta formación, apoyo técnico, acceso a financiamiento y, sobre todo, visión de futuro por parte de las empresas y del Estado.

Si se logra articular una estrategia integral que combine innovación, sostenibilidad y planeación financiera —y *si se cuenta con políticas públicas coherentes y efectivas*— las PYMES textiles no solo podrán mantenerse, sino posicionarse como referentes de una industria moderna, ética y competitiva. Medellín tiene la historia, el talento humano y la base productiva para hacerlo, solo falta dar el siguiente paso con decisión y acompañamiento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alianza del Pacífico. (2012). Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico.
- Avendaño-Velandia, T. Y., Moreno-Sánchez, A. V., & Sierra-Martínez, K. P. (2020). Estrategia Made In The World Initiative, para la industria textil colombiana. [Obtenido de] <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1235>
- Baroni, P. A., & Spagnolo, T. (2022). The Pacific Alliance and ASEAN: opportunities and challenges in the strengthening of ties. *Journal of Business*, Universidad del Pacífico (Lima, Perú), 14(1), 59-78. [Obtenido de] <https://revistas.up.edu.pe/index.php/business/article/view/2029>
- Bejarano & González (2013) Impacto De La “Alianza Del Pacífico” Sobre Las Empresas Vallecaucanas Y Su Proyección Hacia El Mercado Asiático. UNIVERSIDAD ICESI [Obtenido de] <https://repository.icesi.edu.co/server/api/core/bitstreams/5f9b8cf2-3b3c-7785-e053-2cc003c84dc5/content>
- Cámara de Comercio de Medellín. (2013). Informe del Clúster Textil/Confección, Diseño y Moda. [Obtenido de] <https://www.ccb.org.co/servicios/fortalecemos-tu-sector/moda/cluster-moda>
- Cámara de Comercio de Medellín. (2013). Informe del Clúster Textil/Confección, Diseño y Moda. Medellín, Colombia.
- Cámara Nacional de la Industria Textil (CANAINTEX). (2023). La importancia de las Pymes textiles: empleo, innovación y desarrollo sostenible. Recuperado de <https://canaintex.org.mx>
- Castaño, J., & Fernández, P. (2022). La sostenibilidad como factor competitivo en el comercio global de textiles. *Revista de Innovación Empresarial*, 18(3), 45-61.
- Cedeño, V. J. S., & Angulo, H. M. H. (2019). Gestión administrativa y su incidencia en la sostenibilidad financiera de la Pymes sector manufacturero de Manabí. *Eca Sinergia*, 10(1), 59-69.

- COMEZ (2014). Alianza del pacifico. Recuperado de Ministerio de Comercio Exterior (Costa Rica). <https://www.comex.go.cr/media/5007/sector-textiles-y-prendas-de-vestir-alianza-del-pacifico.pdf>
- Chica-Urzola, J. A. (2024). Strategies for Sustainable Manufacturing in the Textile Sector and Their Impact on the Sustainable Development Goals: Case Studies in Colombia. *Sustainability, Stakeholders and Marketing in the Textile Sector: Conceptual and Practical Cases for the Americas*, 181.
- Corthorn Navarro, D. (2023). La Alianza del Pacífico en su dimensión económica y comercial. [Obtenido de] [https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/202292/1/TFM\\_Corthorn\\_Navarro\\_Diego.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/202292/1/TFM_Corthorn_Navarro_Diego.pdf)
- COMEX (2014). *Alianza del Pacífico*. Recuperado de [Ministerio de Comercio Exterior, Costa Rica]: <https://www.comex.go.cr/media/5007/sector-textiles-y-prendas-de-vestir-alianza-del-pacifico.pdf>
- D'Amato, D., Droste, N., Allen, B., Kettunen, M., & Lahtinen, K. (2017). Green, circular, bio economy: A comparative analysis of sustainability avenues. *Journal of Cleaner Production*, 168, 716-734.
- Davis, L., Smith, R., & Taylor, J. (2019). Sustainability Practices and SME Competitiveness. *Journal of Business and Environment*, 25(4), 90–105.
- Declaración Presidencial de Mérida. (2011). Principios y objetivos de la Alianza del Pacífico.
- del Nogal, N. M. (2015). Estrategias de sostenibilidad, responsabilidad social e innovación en el plan de negocio de las PYMEs. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (85), 83-108.
- Díaz Pabón, F. A. (2018). Estudio sobre las oportunidades para el sector textil que genera el comercio electrónico en Colombia para los minoristas. [Obtenido de] <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/62532>

- Duran Pamplona, J. (2024) Metodología de transformación digital apoyada en comercio electrónico B2C para el fortalecimiento y sostenibilidad económica en pymes del sector textil. [Obtenido de] <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/62532>
- El Tiempo. (2014). *Acuerdo de libre comercio impulsará exportaciones textiles en la Alianza del Pacífico*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13397645>
- Gómez, J., Morales, L., & Ramírez, F. (2018). Los efectos de la liquidez de las finanzas de las pequeñas y medianas empresas del sector textil colombiano. *Revista de Economía Industrial*, 39(3), 45-60.
- Gómez, J., Morales, L., & Ramírez, F. (2018). Los efectos de la liquidez de las finanzas de las pequeñas y medianas empresas del sector textil colombiano. *Revista de Economía Industrial*.
- Gasca Torres, A. R., & Delgado López, E. (2023). La Alianza del Pacífico y su rol en los gobiernos locales en su primera década de acción. *México y la cuenca del pacífico*, 12(36), 9-33.
- Gómez, B. A. V., Méndez, C. I. U., Cano, G. E. P., & Neto, M. E. V. (2017). Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las Pymes del sector comercial. *Revista Publicando*, 4(12 (2)), 16-33.
- González, P. A. E., Soto, D. M. A., & Ramírez, Á. J. M. (2018). Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país. *Punto de vista*, 9(1), 4.
- Gonzalez-Perez, M. A., Manotas, E. C., & Ciravegna, L. (2016). International SMEs from emerging markets—Insights from the Colombian textile and apparel industry. *Journal of International Entrepreneurship*, 14, 9-31. [Obtenido de] <https://link.springer.com/article/10.1007/s10843-016-0170-3>
- Heredia Galindo, E. M. (2012). Departamentos de Colombia que mayor intensidad tecnológica de las exportaciones emplean 1991-2008 (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente).
- Huaman Callo, F. V. (2019). Incidencia de las normas internacionales de información financiera para PYMES en la sostenibilidad financiera de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector textil alpaquero de la región Arequipa.

- Lorek, T. W. (2019). *Developing Paradise: Agricultural Science in the Conflicted Landscapes of Colombia's Cauca Valley, 1927-1967* (Doctoral dissertation, Yale University). [Obtenido de] <https://www.proquest.com/openview/75781af182db5bcfad24a79678744798/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Martínez de Salinas Alonso, M. L. (2022). *La Alianza del Pacífico. Una mirada desde la historia. La integración iberoamericana (SICA y MERCOSUR) y europea (UE) ante el caso de la Alianza del Pacífico (AP)*, 1-544.
- Muñoz Cano, F., & Deossa Jaramillo, L. M. (2014). *Identificación De Factores De Riesgo Y Riesgos Asociados En Pymes De La Industria Textil De Medellín 2014*. [Obtenido de] <https://bdigital.uniquindio.edu.co/entities/publication/98691d64-73ec-4f9b-93f6-73ce16a34b3f>
- Ortega, M., & Palacios, L. (2020). *Retos ambientales y sociales en la industria textil: Perspectivas para las PYMES*. *Estudios de Sostenibilidad*, 25(2), 78-92.
- Ovalle Castiblanco, D., Martínez Jáuregui, J., Restrepo Peláez, L., & Ramírez Hoyos, A. (2012). *Norma técnica NTC-5801 y su impacto en el sector textil*.
- Ovalle Castiblanco, D., Martínez Jáuregui, J., Restrepo Peláez, L., & Ramírez Hoyos, A. (2012). *Relación de la Norma Técnica Colombiana ICONTEC NTC5801 con los Procesos de Gestión de la Innovación en las Pymes del Sector Textil y de Confección de Manizales-Colombia*. *Revista Ingeniería Industrial*, 11(2), 57-70.
- Paredes, S., Jaramillo, J., & Méndez, A. (2013). *La competitividad de las pymes textiles del estado de Tlaxcala*. In XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. [Obtenido de] <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2013/1.18.pdf>
- Parra, C., & Valencia, R. (2021). *Estrategias de internacionalización en las PYMES: Un análisis desde la industria textil colombiana*. *Economía Global*, 14(1), 32-48.
- Pietrobelli, C., & Olarte, T. (2002). *Industrial clusters and districts in Colombia? Evidence from the textile and garments industry*. *Cuadernos de Administración*, 15(24). [Obtenido de]

<https://bdigital.uniquindio.edu.co/entities/publication/98691d64-73ec-4f9b-93f6-73ce16a34b3f>

- Pineda Guzmán, J. (2018). Incidencia del clúster textil/confección, diseño y moda en el desarrollo humano en la ciudad de Medellín: caso de estudio vía primavera (Master's thesis, Escuela de Ciencias Sociales).
- Plata Fernandez, V. L. (2024). Diagnóstico del comercio internacional de Colombia con China desde su inserción en la Alianza Pacífico.
- Quituisaca-Gallegos, E. C., & de las Mercedes Torres-Negrete, A. (2023). Reformas tributarias en Ecuador. Impacto en determinación del Impuesto a la Renta, Pymes sector textil. *MQRInvestigar*, 7(2), 851-875.
- Ramírez, L., & Salcedo, E. (2021). Impactos de la liberalización comercial en las pequeñas empresas textiles en América Latina. *Revista de Comercio Internacional*, 21(4), 120-135.
- Restrepo, J., & Vanegas, P. (2010). Competitividad e innovación en el sector textil colombiano. *Revista de Ciencias Económicas*.
- Rivera Salazar, J. E. (2018). Potencial exportador de Medellín en tercerización de servicios: retos y fortalezas del sector. *Online Journal Mundo Asia Pacífico*, 8(13).
- Rodríguez Ruiz, M. (2013). Estrategias de desarrollo para las PYMES en Medellín. *Revista de Economía Regional*.
- Rodríguez, A., & Gutiérrez, F. (2020). El papel de la innovación tecnológica en la competitividad de las PYMES textiles. *Investigación Empresarial*, 27(2), 34-50.
- Sánchez González, I. A. (2022). La regulación de la neutralidad de la red en la Alianza del Pacífico [Obtenido de] <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/191398>
- Smith, K., & Jones, P. (2020). Challenges and Opportunities in Emerging Market Textile SMEs. *Textile Business Review*, 18(3), 40–55.
- Solís, E., & Hidalgo, M. (2018). Gestión administrativa y su incidencia en la sostenibilidad financiera de las PYMES sector manufacturero de Manabí.

Uribe Toro, S., & Ortiz Gómez, M. J. (2020). Sostenibilidad financiera en el sector textil de las pymes en Medellín.

Uribe Toro, S., & Ortiz Gómez, M. J. (2020). Sostenibilidad financiera en el sector textil de las PYMES en Medellín.

Uribe Toro, S., & Ortiz Gómez, M. J. (2020). Sostenibilidad financiera en el sector textil de las pymes en Medellín.  
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/1590/16.%20TGII%20Ortiz%20%26%20Uribe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valencia Córdoba, T. (2018) Potencial exportador de las empresas Confetex de Colombia, Crisalltex e Incoco pertenecientes al sector textil-confección ubicadas en la ciudad de Pereira para participar en la Alianza del Pacífico. [Obtenido de] <https://repositorio.ucp.edu.co/entities/publication/d91c447d-2ccb-4fe3-98d1-8a9ff313ab8a>

Valle y Niebles, J. (2017). Planificación estratégica como instrumento de la sostenibilidad ambiental en PYMES de Barranquilla, Colombia.

Vieira, A., Nunes, E., & Sousa, S. (2018). Key inefficiencies and improvement opportunities in the textile sector: A case study. In *Transdisciplinary Engineering Methods for Social Innovation of Industry 4.0* (p. 993-1002). IOS Press