

**Estudio de caso sobre los modelos de negocios en la industria de confecciones de ropa
deportiva en Colombia y México**

Sergio Daniel Castillo Corzo

Trabajo de grado para optar el título de Ingeniero Industrial

Director

Edna Maritza Corredor Suárez

Magíster en Gestión de Proyectos

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ingenierías y Arquitectura

Programa de Ingeniería Industrial

2024

Contenido

Introducción	9
1. Estudio de caso sobre los modelos de negocios en la industria de confecciones de ropa deportiva en Colombia y México.....	11
1.1 Objetivos	11
1.1.1 Objetivo general.....	11
1.1.2 Objetivos específicos	11
2. Metodología	12
2.1 Marco conceptual.....	12
2.2 Fuentes de información.....	13
2.3 Base de datos.....	13
3. Resultados	15
3.1 Identificación de las características del sector de confecciones de ropa deportiva	16
3.2 Caracterización de la industria textil deportiva en México	19
3.3 Caracterización de la industria textil deportiva en Colombia.....	24
3.4 Comparación del comportamiento del sector textil deportivo en Colombia y México	28
3.5 Indicadores para la medición de los emprendimientos de México y Colombia	33
4. Conclusiones.....	37
5. Recomendaciones	39
Referencias.....	41

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Fuentes de información</i>	13
Tabla 2. <i>Base de datos</i>	13
Tabla 3. <i>Características de las principales confecciones deportivas en México</i>	22
Tabla 4. <i>Crecimiento Anual con Datos de Exportaciones y Ventas. México</i>	32
Tabla 5. <i>Crecimiento Anual con Datos de Exportaciones y Ventas. Colombia</i>	33

Lista de figuras

Figura 1. <i>Industria textil deportiva en México</i>	19
Figura 2. <i>Exportaciones e importaciones de la Industria textil México</i>	23
Figura 3. <i>Entidades y municipios que mayor producción registraron dentro de la industria textil</i>	23
Figura 4. <i>Mapa de la ruta comercial Centroamérica</i>	24
Figura 5. <i>Industria textil en Colombia</i>	27
Figura 6. <i>Zonas producción textil en Colombia</i>	28

Resumen

Este trabajo analiza los modelos de negocios en la industria de confecciones de ropa deportiva en Baja California, México y Bucaramanga, Colombia. El objetivo principal es evaluar y comparar estos modelos para entender mejor sus características, fortalezas y debilidades. La investigación se inicia con una revisión bibliográfica exhaustiva, que incluye la visita a CETYS Universidad en México, lo que proporciona un punto de partida fundamental. La revisión bibliográfica y el análisis de casos permiten definir las características del sector en ambas regiones, considerando variables como tipos de productos, procesos de producción, estrategias de marketing y sostenibilidad. Los resultados muestran que, aunque existen similitudes en la diversidad de productos y la innovación en materiales, cada región enfrenta desafíos únicos. En Baja California, la proximidad a los Estados Unidos ofrece ventajas competitivas, mientras que, en Bucaramanga, la sostenibilidad y la mano de obra calificada son factores destacados. Además, se identifican indicadores clave para la medición del rendimiento de los emprendimientos en ambas regiones, lo que proporciona una base para futuras estrategias de mejora. Las conclusiones sugieren la necesidad de adoptar prácticas sostenibles, mejorar la innovación y fortalecer las redes comerciales. Las recomendaciones incluyen políticas de apoyo gubernamental, capacitación empresarial y el fomento de alianzas estratégicas entre México y Colombia.

Palabras clave: modelos de negocios, ropa deportiva, innovación, sostenibilidad, indicadores clave

Abstract

This study analyzes the business models in the sportswear manufacturing industry in Baja California, Mexico, and Bucaramanga, Colombia. The primary objective is to evaluate and compare these models to better understand their characteristics, strengths, and weaknesses. The research begins with a comprehensive literature review, including a visit to CETYS University in Mexico, which provides a fundamental starting point. The literature review and case analysis allow for defining the sector's characteristics in both regions, considering variables such as product types, production processes, marketing strategies, and sustainability. The results show that, although there are similarities in product diversity and material innovation, each region faces unique challenges. In Baja California, proximity to the United States offers competitive advantages, while in Bucaramanga, sustainability and a skilled workforce are highlighted factors. Additionally, key indicators are identified for measuring the performance of ventures in both regions, providing a foundation for future improvement strategies. The conclusions suggest the need to adopt sustainable practices, enhance innovation, and strengthen commercial networks. The recommendations include government support policies, business training, and the promotion of strategic alliances between Mexico and Colombia.

Keywords: business models, sportswear, innovation, sustainability, key indicators

Glosario

Competitividad: capacidad de una empresa o sector para competir con éxito y rentabilidad en el mercado. Esto puede depender de factores como costos de producción, innovación, calidad del producto y estrategias de marketing [1].

Exportación: proceso de vender y enviar bienes y servicios a otro país. En el contexto de la ropa deportiva, esto implica cumplir con normativas internacionales y adaptarse a las preferencias del mercado extranjero [2].

Estrategia de Marketing: plan a largo plazo que una empresa utiliza para alcanzar sus objetivos comerciales, incluyendo la identificación de mercados objetivo, posicionamiento del producto y tácticas promocionales [3].

Industria Textil: sector económico dedicado a la producción de fibras, hilos, telas y prendas de vestir. Incluye todas las etapas del proceso de producción textil, desde la materia prima hasta el producto final [4].

Indicadores de Desempeño: medidas cuantitativas que se utilizan para evaluar el éxito de una organización en alcanzar sus objetivos estratégicos. En el contexto de la ropa deportiva, estos pueden incluir ventas, cuota de mercado, satisfacción del cliente y eficiencia operativa.

Kaizen: filosofía japonesa de mejora continua que implica a todos los empleados en la identificación y eliminación de desperdicios y en la optimización de los procesos [5].

Lean Manufacturing: metodología de producción que busca minimizar desperdicios y maximizar eficiencia mediante técnicas como la mejora continua, estandarización de procesos y eliminación de actividades que no agregan valor.

Mercado de Ropa Deportiva: segmento del mercado de moda enfocado en la venta de prendas diseñadas para actividades deportivas y de ejercicio. Incluye análisis de tendencias de consumo, crecimiento de ventas y participación de mercado [6].

Modelo de Negocio: descripción de cómo una empresa crea, entrega y captura valor. En la industria de la confección de ropa deportiva, esto incluye aspectos como la producción, distribución, ventas y estrategias de marketing [7].

PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas): empresas con un número limitado de empleados y volumen de negocios relativamente bajo. Son fundamentales en la industria textil por su capacidad de adaptabilidad y enfoque en nichos de mercado.

Ropa Deportiva: conjunto de prendas diseñadas específicamente para la práctica de actividades físicas, caracterizadas por su comodidad, transpirabilidad y adaptabilidad al movimiento. Incluye camisetas, pantalones, sudaderas, entre otros [8].

Sostenibilidad: capacidad de un negocio o industria para operar de manera que no agote los recursos naturales y minimice el impacto ambiental, asegurando así su viabilidad a largo plazo [9].

Start-up: empresa de reciente creación que busca un modelo de negocio escalable y repetible, a menudo en el sector tecnológico o innovador. En la industria textil deportiva, estas empresas pueden enfocarse en nuevas tecnologías de tejidos o diseños innovadores [10].

Introducción

La industria de confección de ropa deportiva en Colombia y México ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, impulsado por una mayor conciencia sobre la salud y el bienestar, así como por la tendencia global hacia un estilo de vida más activo. Este crecimiento ha generado un interés particular en entender los modelos de negocio que impulsan a los emprendimientos en esta industria, así como en desarrollar indicadores que permitan medir su desempeño y sostenibilidad. En este contexto, el presente estudio se centra en evaluar y contrastar los modelos de negocios de la industria de confección de ropa deportiva en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia.

El punto de partida para esta investigación fue la visita al Centro de Enseñanza Técnica y Superior (CETYS) en Baja California, donde se pudo observar de primera mano el estado y desarrollo de la industria textil deportiva en la región. Esta experiencia proporcionó una base sólida para entender las dinámicas y desafíos que enfrentan los emprendedores en México, y sirvió como referencia para comparar con la situación en Bucaramanga, una ciudad conocida por su tradición textil en Colombia.

El estado actual de los emprendimientos textiles en ambas regiones justifica la necesidad de esta investigación. En Colombia, la industria textil ha sido históricamente una fuente importante de empleo y desarrollo económico, pero enfrenta desafíos significativos en términos de competitividad y adaptación a las nuevas demandas del mercado. En México, aunque la industria textil también es relevante, la cercanía con Estados Unidos y los tratados de libre comercio han influido en su evolución y en la aparición de nuevos actores en el mercado.

Este estudio se estructura en varios capítulos que abordan diferentes aspectos de la industria textil deportiva. En primer lugar, se define y caracteriza el sector en ambas regiones,

proporcionando una visión detallada de los tipos de productos, mercados y principales actores involucrados. Posteriormente, se contrastan las situaciones de Colombia y México, utilizando datos cuantitativos y cualitativos para resaltar similitudes y diferencias significativas. Finalmente, se formulan propuestas de indicadores clave que permitan medir el desempeño de los emprendimientos en ambas regiones, ofreciendo herramientas útiles para emprendedores, académicos y responsables de políticas públicas.

La relevancia de esta investigación radica en su capacidad para proporcionar una comprensión profunda de los modelos de negocio en la industria de confección de ropa deportiva en dos contextos geográficos diferentes pero comparables. Además, las conclusiones y recomendaciones derivadas de este estudio tienen el potencial de contribuir a la mejora de la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos textiles en Colombia y México, promoviendo el desarrollo económico y social en ambas regiones.

1. Estudio de caso sobre los modelos de negocios en la industria de confecciones de ropa deportiva en Colombia y México

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Evaluar los modelos de negocios en la industria de confecciones de ropa deportiva en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia.

1.1.2 Objetivos específicos

Identificar las características del sector de confecciones de ropa deportiva a través de una revisión bibliométrica que permita la caracterización de los emprendimientos en las regiones de Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia.

Comparar el comportamiento de los emprendimientos del sector de confecciones de ropa deportiva en el ámbito de la salud en una región de Colombia y una de México.

Proponer indicadores clave para el sector de confecciones de ropa deportiva que permitan medir el desempeño de los emprendimientos en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia.

2. Metodología

2.1 Marco conceptual

La metodología implementada en este estudio de caso tiene como finalidad abordar y responder tanto el objetivo general como los objetivos específicos de la tesis. Inicialmente, se procederá a clasificar las estrategias con el propósito de caracterizar la industria de confecciones de ropa deportiva en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia. Para ello, se llevará a cabo una revisión bibliométrica exhaustiva utilizando bases de datos internacionales, artículos de investigación, estudios científicos, tesis de grado y trabajos universitarios.

La estrategia de búsqueda se realizará a través de Google Académico, abarcando textos en idiomas inglés y español. Este estudio no limitará la búsqueda a un año específico de publicación. A partir de esta revisión, se desarrollará una base de datos que incluirá información sobre el sector geográfico, los autores, títulos, año de publicación y palabras clave.

Para facilitar la comparación entre ambos países, se emplearán los datos obtenidos en el primer objetivo específico. Con el fin de formular una propuesta de indicadores clave para el sector de confecciones de ropa deportiva, que permita la medición del desempeño de los emprendimientos en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia, se analizarán los datos recopilados y se establecerá un listado de indicadores junto con sus definiciones correspondientes.

2.2 Fuentes de información

Tabla 1. *Fuentes de información*

Objetivos específicos	Recolección de datos	Instrumento o fuente de información
Definir características del sector de confecciones de ropa deportiva a través de revisión bibliométrica que permita la caracterización de los emprendimientos en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia.	Se realizó una búsqueda activa de literatura para identificar características relevantes en el sector de confecciones de ropa deportiva en Baja California y Bucaramanga, como tipos de productos, territorios geográficos, empresas relevantes, y tendencias del mercado.	Información obtenida a través de páginas web y Google Académico.
Comparar el comportamiento de los emprendimientos del sector de confecciones de ropa deportiva en el ámbito de la salud en una región de Colombia y una de México.	Se recopilaron datos sobre el comportamiento del mercado, estrategias de negocio, y resultados financieros de las empresas del sector de confecciones de ropa deportiva en Baja California y Bucaramanga, con un enfoque en el sector salud.	Información de bases de datos de empresas, reportes de mercado, y estudios sectoriales.
Formular una propuesta de indicadores clave para el sector de confecciones de ropa deportiva que permita la medición de los emprendimientos en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia.	A partir de la información obtenida en los objetivos anteriores, se realizó un análisis para determinar los indicadores clave que permitan medir el desempeño de los emprendimientos en ambas regiones.	Con base en los resultados de los objetivos previos.

2.3 Base de datos

Tabla 2. *Base de datos*

Sector geográfico	Autores	Título	Año	Palabras clave
Colombia	[11]	Evaluar la viabilidad del plan de negocios Maqui Sportswear: ropa deportiva colombiana e innovadora con precios competitivos	2021	Ropa deportiva, innovación, mercado colombiano, ejercicio, moda

Sector geográfico	Autores	Título	Año	Palabras clave
Colombia	[12]	Mercado de ropa deportiva llegaría a US\$551.000 millones en 2025	2022	Athleisure, mercado global, tendencias de moda, crecimiento económico, GlobalData
Colombia	[13]	Análisis sector ropa deportiva	2021	Análisis microeconómico, análisis macroeconómico, proveedores, clientes, intermediarios, tecnología, medio ambiente
Colombia	[14]	Metodología lean manufacturing en los procesos productivos de la empresa Confecciones Deportivas Piscis	2024	Lean manufacturing, VSM, Jidoka, Kaizen, 5S, eficiencia, producción
Colombia	[15]	Plan de negocio para la creación de una empresa de ropa deportiva femenina	2023	Ropa deportiva femenina, análisis financiero, mercado potencial, sostenibilidad, prefactibilidad, S.A.S, ISO14001
Colombia	[16]	Estudio de implementación del programa Santander Importa en la Mesa Sectorial Moda de Fenalco Santander	2022	Santander Importa, moda, Fenalco Santander, implementación
Colombia y México	[17]	Efectos en las relaciones comerciales entre Colombia y México con la entrada en vigencia del tratado de libre comercio entre los países, desde el año 2011-2021	2021	Relaciones comerciales, tratado de libre comercio, inversión extranjera, desarrollo económico
México	[18]	Metodología de transformación digital apoyada en comercio electrónico B2C para el fortalecimiento y sostenibilidad económica en pymes del sector textil	2024	Transformación digital, comercio electrónico B2C, pymes, sostenibilidad económica, sector textil
Colombia	[19]	Plan estratégico de marketing para una empresa de ropa deportiva femenina en la ciudad de Cali	2023	Marketing, ropa deportiva femenina, crecimiento de mercado, salud y bienestar, actividad física

Sector geográfico	Autores	Título	Año	Palabras clave
Colombia	[20]	Creación del modelo y plan de negocio de una empresa importadora, exportadora y comercializadora de prendas de vestir con fibras naturales desde Colombia hacia México	2023	Importación, exportación, comercio, fibras naturales, Colombia, México, sostenibilidad, innovación

3. Resultados

Para los objetivos de este estudio de caso, primero, se definen características relevantes para la industria de confecciones de ropa deportiva en Baja California, México, y Bucaramanga, Colombia. Las variables que se pretenden analizar incluyen los tipos de productos, las zonas o el territorio geográfico ocupado, las tendencias del mercado, la producción, los años de trayectoria y algunas empresas relevantes en cada región.

En primera instancia, se debe conocer que la ropa deportiva se clasifica según su uso, tales como ropa para correr, hacer yoga, entrenar en gimnasio, entre otros. Además, se consideran factores como la tecnología de las telas, la sostenibilidad de los materiales, y la innovación en diseño [11].

Descripción del Modelo de Negocio de la Industria de Confecciones de Ropa Deportiva México

En México, el modelo de negocio de la industria de confecciones de ropa deportiva se basa en una estructura integrada que abarca desde la producción hasta la distribución y la venta final al consumidor. Este modelo se caracteriza por su orientación hacia la exportación, aprovechando la proximidad geográfica y los acuerdos comerciales con Estados Unidos. Las empresas en esta región tienden a enfocarse en la innovación de productos y la incorporación de nuevas tecnologías

en materiales, lo que les permite mantener un estándar de calidad competitivo en el mercado internacional.

Las estrategias de marketing son robustas, con un énfasis significativo en el marketing digital y las ventas en línea, dada la alta penetración de internet en la región. Además, la colaboración con diseñadores y marcas deportivas reconocidas mundialmente ayuda a impulsar la visibilidad y el deseo de los productos en mercados tanto nacionales como internacionales.

Colombia

El modelo de negocio en Colombia se distingue por su enfoque en el mercado interno y la sostenibilidad. Las empresas de confecciones de ropa deportiva en Colombia están profundamente comprometidas con prácticas de producción sostenibles, incluyendo el uso de materiales reciclados y procesos que reducen el impacto ambiental. Esto no solo responde a una creciente demanda local de productos ecológicos, sino que también mejora la imagen de las marcas a nivel global.

El modelo colombiano también se beneficia de una fuerza laboral altamente calificada en términos de artesanía y diseño textil, lo que permite a las empresas ofrecer productos personalizados y de alta calidad. Las estrategias de marketing se centran en destacar la calidad y el valor ético de los productos, utilizando canales de venta directa y tiendas especializadas que promueven una conexión más directa con los consumidores.

3.1 Identificación de las características del sector de confecciones de ropa deportiva

El sector de confecciones de ropa deportiva en México y Colombia presenta una serie de características distintivas que reflejan las condiciones económicas, sociales y culturales de cada

país. A través de una revisión bibliográfica exhaustiva, se han identificado una serie de características comunes que permiten una mejor comprensión de este sector en ambos países. Este análisis detallado de estas características establece una base sólida para futuras comparaciones y recomendaciones estratégicas.

Ambos países ofrecen una amplia gama de productos dentro del sector de la ropa deportiva, incluyendo camisetas, pantalones, sudaderas, shorts y accesorios. Esta diversidad permite atender a diferentes segmentos del mercado, desde ropa para deportes específicos como el fútbol y el ciclismo, hasta ropa de entrenamiento general y athleisure (moda deportiva para uso diario).

La innovación es una característica clave en el sector de confecciones de ropa deportiva en ambos países. Las empresas invierten en la investigación y desarrollo de nuevos materiales que mejoren el rendimiento, la comodidad y la durabilidad de los productos. Ejemplos de estos materiales incluyen tejidos transpirables, antibacterianos y de secado rápido. Asimismo, el diseño de los productos se adapta constantemente a las tendencias de moda y a las necesidades específicas de los deportistas.

La sostenibilidad se ha convertido en un aspecto crucial para el sector de ropa deportiva en México y Colombia. Las empresas están adoptando prácticas de producción más sostenibles, como el uso de materiales reciclados y la implementación de procesos de manufactura que minimicen el impacto ambiental. Esta tendencia responde a una demanda creciente por parte de los consumidores, quienes buscan productos que sean tanto funcionales como respetuosos con el medio ambiente.

El sector de confecciones de ropa deportiva en ambos países está dominado por pequeñas y medianas empresas (PYMES). Estas empresas juegan un papel vital en la economía local, generando empleo y contribuyendo al desarrollo económico. Las PYMES en este sector suelen ser

más flexibles y capaces de adaptarse rápidamente a las demandas del mercado, aunque también enfrentan desafíos relacionados con la financiación y la escala de producción.

Tanto México como Colombia han mostrado un creciente interés en la exportación de ropa deportiva, aprovechando sus ventajas competitivas en términos de costos de producción y proximidad a mercados clave como Estados Unidos y Europa. Las políticas gubernamentales y los tratados de libre comercio han facilitado la entrada de productos de estos países en mercados internacionales, mejorando su competitividad global [2].

Este análisis revela que la diversidad de productos, la innovación en materiales y diseño, la sostenibilidad, la participación de PYMES y la competitividad internacional son características comunes en el sector de confecciones de ropa deportiva en México y Colombia. La combinación de estos factores ha permitido que las empresas de ambos países se posicionen favorablemente en el mercado global, a pesar de los desafíos que enfrentan [6].

3.2 Caracterización de la industria textil deportiva en México

Figura 1. *Industria textil deportiva en México*



Tomado de: [21]

La industria textil deportiva en México ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por una creciente conciencia sobre la salud y el bienestar, así como por la evolución en las preferencias de moda que favorecen el uso de ropa cómoda y funcional. Este capítulo se enfoca en categorizar la industria textil deportiva en México, identificando las principales características, tendencias y actores clave que configuran este sector.

Características del Sector

La industria textil deportiva en México se caracteriza por su diversidad en productos y segmentos de mercado. Entre los productos más destacados se encuentran ropa para correr, hacer yoga, entrenar en gimnasio, ciclismo y deportes extremos. Cada segmento tiene sus propias particularidades en términos de materiales, tecnología aplicada y diseño.

1. **Materiales y Tecnología:** La innovación en textiles es un componente crucial de la ropa deportiva. En México, las empresas están adoptando tecnologías avanzadas como telas transpirables, de secado rápido, y materiales reciclados. Estas innovaciones no solo mejoran el rendimiento del usuario, sino que también alinean a las empresas con las tendencias globales de sostenibilidad.
2. **Segmentación del Mercado:** El mercado se segmenta principalmente por el tipo de actividad deportiva y el perfil del consumidor. Por ejemplo, la ropa para correr suele enfocarse en telas ligeras y transpirables, mientras que la ropa para yoga se centra en el confort y la elasticidad. Adicionalmente, la segmentación demográfica juega un papel importante, con productos dirigidos a mujeres, hombres y niños [15].

Principales Actores

1. **Empresas Nacionales:** México cuenta con varias empresas nacionales que han logrado destacarse en el mercado de ropa deportiva. Marcas como Atlético y Lobo Activewear son reconocidas por su calidad y diseño innovador, ofreciendo productos que compiten con marcas internacionales [12].
2. **Empresas Internacionales:** Las marcas internacionales también tienen una fuerte presencia en el mercado mexicano. Adidas, Nike, Puma y Under Armour son algunas de las más influyentes, ofreciendo una amplia gama de productos que van desde ropa hasta accesorios y calzado deportivo.

Tendencias del Mercado

1. **Crecimiento:** La tendencia que combina la moda deportiva con el uso cotidiano, ha ganado una notable popularidad. Esta tendencia no solo aumenta la demanda de ropa deportiva, sino que también amplía su uso más allá del ámbito deportivo [12].

2. **Sostenibilidad:** La conciencia ambiental está impulsando a las empresas a adoptar prácticas sostenibles. El uso de materiales reciclados y la implementación de procesos de producción ecológicos son cada vez más comunes. Este enfoque no solo atrae a consumidores preocupados por el medio ambiente, sino que también cumple con regulaciones y estándares internacionales [15].
3. **Comercio Electrónico:** El comercio electrónico ha transformado la forma en que los consumidores adquieren ropa deportiva. Plataformas como Amazon, Mercado Libre y tiendas en línea propias de las marcas han facilitado el acceso a una amplia variedad de productos, aumentando la competitividad y la necesidad de estrategias de marketing digital eficaces [16].

Desafíos del Sector

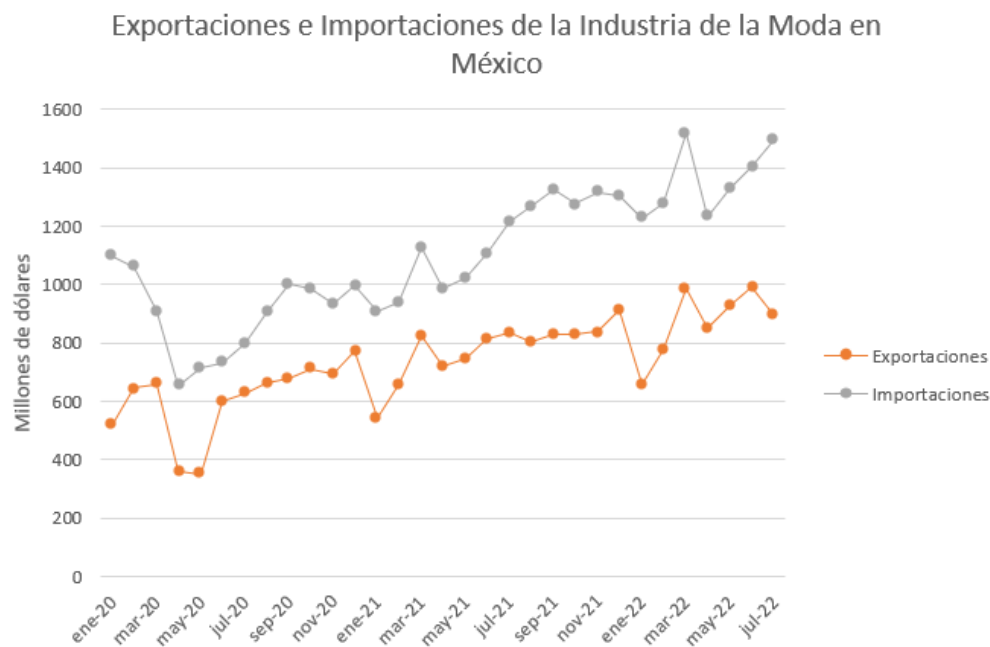
A pesar del crecimiento y las oportunidades, la industria textil deportiva en México enfrenta varios desafíos:

1. **Competencia Intensa:** La presencia de marcas internacionales con grandes presupuestos de marketing y avanzada tecnología de producción representa una competencia significativa para las empresas locales [16].
2. **Costos de Producción:** Los costos asociados a la implementación de tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles pueden ser elevados, afectando los márgenes de ganancia, especialmente para las pequeñas y medianas empresas.
3. **Evolución de Preferencias del Consumidor:** Las preferencias de los consumidores cambian rápidamente, impulsadas por tendencias globales y locales. Las empresas deben ser ágiles y adaptativas para mantenerse relevantes [16].

Tabla 3. *Características de las principales confecciones deportivas en México*

Aspecto	Descripción	Autores
Material es y Tecnología	Las empresas mexicanas adoptan tecnologías avanzadas como telas transpirables, de secado rápido y materiales reciclados, mejorando así el rendimiento del usuario y alineándose con tendencias globales de sostenibilidad.	[11]; [12]
Segmentación del Mercado	El mercado se divide por tipo de actividad deportiva y perfil del consumidor, con productos específicos para correr, yoga, entrenamiento en gimnasio, ciclismo y deportes extremos, adaptándose a las necesidades de cada grupo demográfico.	[15]
Empresas Nacionales	Empresas nacionales como Atlética y Lobo Activewear destacan en el mercado por su calidad y diseño innovador, compitiendo con marcas internacionales.	[11]
Empresas Internacionales	Marcas internacionales como Adidas, Nike, Puma y Under Armour tienen una fuerte presencia en México, ofreciendo una amplia gama de productos desde ropa hasta accesorios y calzado deportivo.	[12]
Crecimiento	La tendencia que combina moda deportiva con uso diario, aumentando la demanda y extendiendo el uso de ropa deportiva más allá del ámbito deportivo.	[12]
Sostenibilidad	La adopción de prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados y procesos de producción ecológicos, atrae a consumidores preocupados por el medio ambiente y cumple con regulaciones internacionales.	[15]
Comercio Electrónico	Plataformas como Amazon y Mercado Libre, junto con tiendas en línea propias, han transformado la adquisición de ropa deportiva, aumentando la competitividad y la necesidad de estrategias de marketing digital eficaces.	[16]

Figura 2. Exportaciones e importaciones de la Industria textil México



Tomado de: [22]

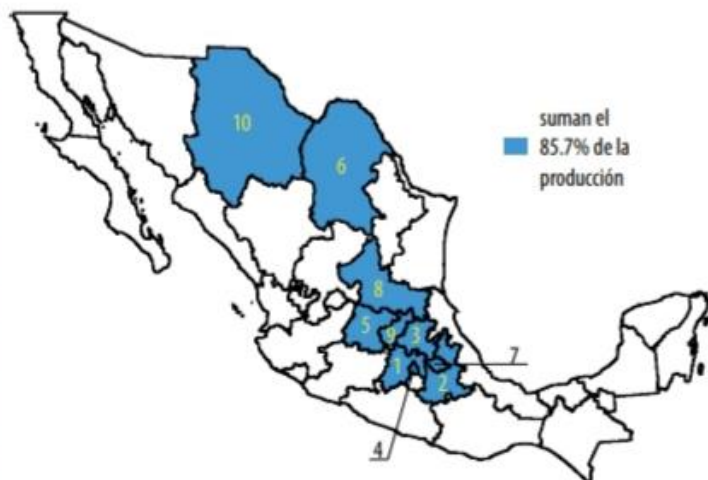
Figura 3. Entidades y municipios que mayor producción registraron dentro de la industria textil

Entidades y municipios que mayor producción registraron dentro de la Industria textil

Porcentajes respecto al total nacional

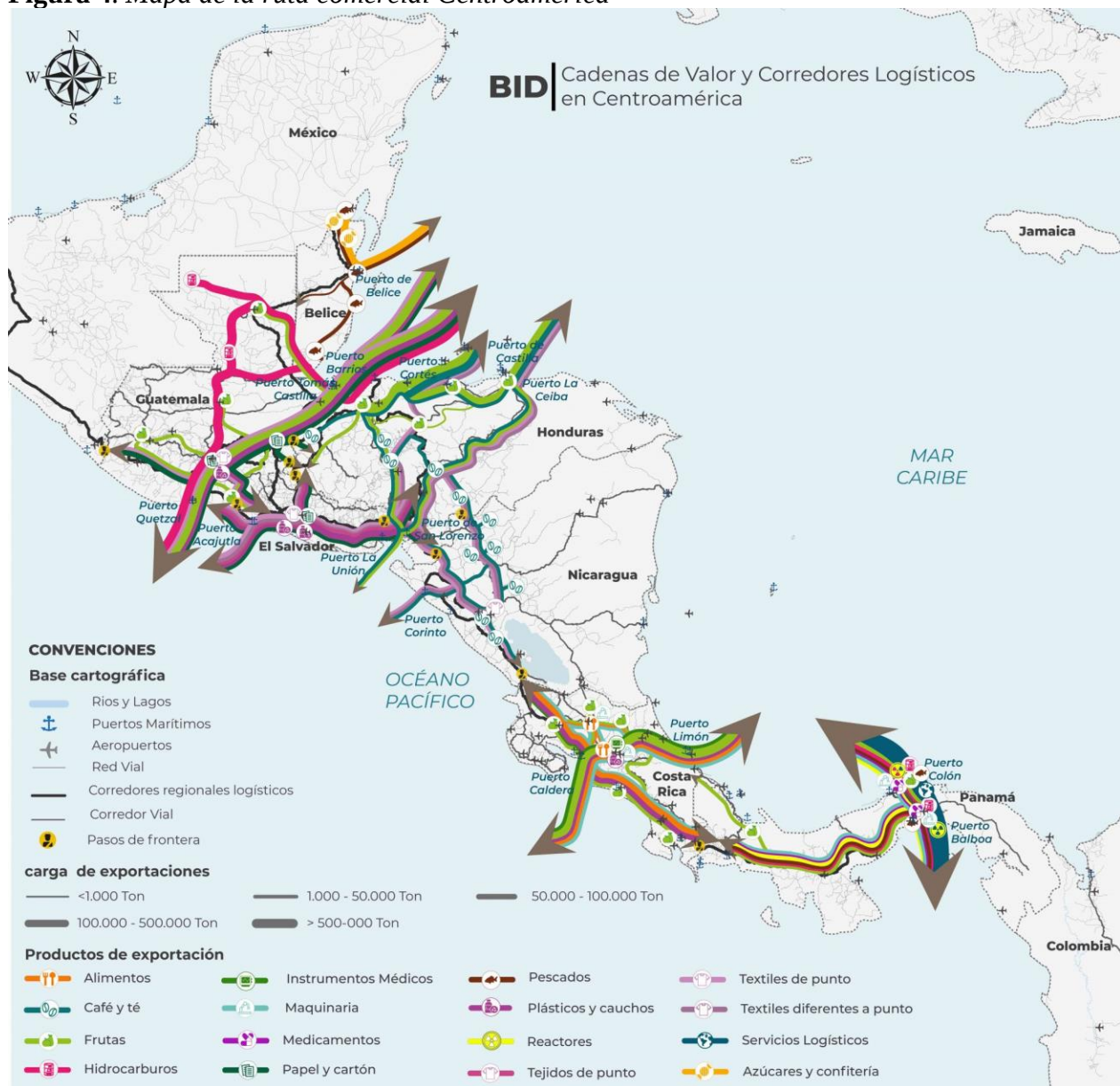
Lugar	Estados	%
	Nacional	100.0
1.-	México	22.4
2.-	Puebla	16.9
3.-	Hidalgo	12.6
4.-	Ciudad de México	6.3
5.-	Guanajuato	5.7
6.-	Coahuila de Zaragoza	5.6
7.-	Tlaxcala	5.1
8.-	San Luis Potosí	4.1
9.-	Querétaro	3.5
10.-	Chihuahua	3.5
	Resto de estados	14.3

Fuente: INEGI. Censos económicos, 2014.



Lugar	Municipios	%
	Nacional	100.0

Tomado de: [23]

Figura 4. Mapa de la ruta comercial Centroamérica

Tomado de: [24]

3.3 Caracterización de la industria textil deportiva en Colombia

La industria textil deportiva en Colombia ha mostrado un desarrollo significativo en las últimas décadas, impulsada por el creciente interés en la actividad física y el bienestar. Este capítulo presenta una caracterización detallada de este sector, abordando aspectos clave como los

materiales y tecnologías empleadas, la segmentación del mercado, los principales actores, y las tendencias emergentes.

Materiales y Tecnología

En Colombia, el sector textil deportivo se distingue por su enfoque en la innovación y la calidad de los materiales utilizados. Las empresas colombianas han integrado tecnologías avanzadas en sus productos, tales como tejidos transpirables, de secado rápido y materiales reciclados. Estas tecnologías buscan mejorar el rendimiento del usuario, asegurando comodidad y funcionalidad en actividades deportivas. La tendencia hacia la sostenibilidad también ha impulsado el uso de materiales ecológicos, como fibras recicladas y tejidos orgánicos, en respuesta a una creciente conciencia ambiental entre los consumidores [11].

Segmentación del Mercado

El mercado de ropa deportiva en Colombia se segmenta en función de diversas variables, incluyendo el tipo de actividad deportiva y las características demográficas de los consumidores. Entre los segmentos principales se encuentran la ropa para corredores, la indumentaria para deportes en gimnasio, y las prendas específicas para deportes acuáticos y extremos. La segmentación también se realiza por género y edad, con productos dirigidos a mujeres, hombres y niños. Esta diversificación permite a las empresas satisfacer las necesidades específicas de cada grupo, ofreciendo productos diseñados para maximizar el confort y el rendimiento en diferentes contextos deportivos [15].

Principales Actores

Empresas Nacionales

Colombia cuenta con varias empresas destacadas en el sector textil deportivo que han ganado reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional. Marcas como Bodytech y Artur

Calle se han establecido como líderes en el mercado, ofreciendo productos de alta calidad que combinan diseño y tecnología avanzada. Estas empresas han logrado posicionarse eficazmente mediante la innovación y la adaptabilidad a las tendencias del mercado [11].

Empresas Internacionales

A pesar de la presencia significativa de marcas nacionales, las empresas internacionales también juegan un papel importante en el mercado colombiano. Marcas como Nike, Adidas y Puma han establecido una sólida presencia en el país, ofreciendo una amplia gama de productos que abarcan desde ropa hasta calzado y accesorios deportivos. Estas marcas internacionales no solo proporcionan productos de alta calidad, sino que también introducen nuevas tendencias y tecnologías en el mercado local [12].

Tendencias del Mercado

Crecimiento del Athleisure

Una de las principales tendencias en la industria textil deportiva en Colombia es el auge del 'athleisure', una moda que fusiona la funcionalidad de la ropa deportiva con el estilo cotidiano. Este fenómeno ha impulsado la demanda de ropa que puede ser utilizada tanto en el gimnasio como en actividades diarias, favoreciendo una mayor versatilidad en los productos [12].

Sostenibilidad

La sostenibilidad es otro factor clave que está transformando el sector textil deportivo en Colombia. Las empresas están adoptando prácticas más verdes, tales como el uso de materiales reciclados y procesos de producción más limpios. Este enfoque no solo responde a las demandas de los consumidores conscientes del medio ambiente, sino que también ayuda a las empresas a cumplir con normativas internacionales y a mejorar su reputación en el mercado [15]

Comercio Electrónico

El crecimiento del comercio electrónico ha tenido un impacto significativo en la forma en que los colombianos adquieren ropa deportiva. Plataformas como Mercado Libre y tiendas en línea especializadas han facilitado el acceso a una amplia variedad de productos, aumentando la competencia y la necesidad de estrategias de marketing digital eficientes. Esta tendencia ha impulsado a las empresas a fortalecer su presencia en línea y a adaptar sus estrategias de venta para atraer a un público más amplio [16]

Figura 5. Industria textil en Colombia

PANORAMA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA



En primer semestre de 2021 consumo de moda creció a nivel mundial **23,5%**



En Colombia más de **6.500** empresas de la industria textil y moda generan en promedio un millón de empleos directos e indirectos



Consumo de moda Colombia 2021 **\$27,7 billones**
Creció **21%** comparado con 2020



8,8%
Crecimiento esperado en sector online para 2022

CIUDADES EN LATINOAMÉRICA CON MAYOR INVERSIÓN EN MODA Y TEXTIL 2020

México

US\$426 millones

Bogotá

US\$260 millones

VENTAS ONLINE



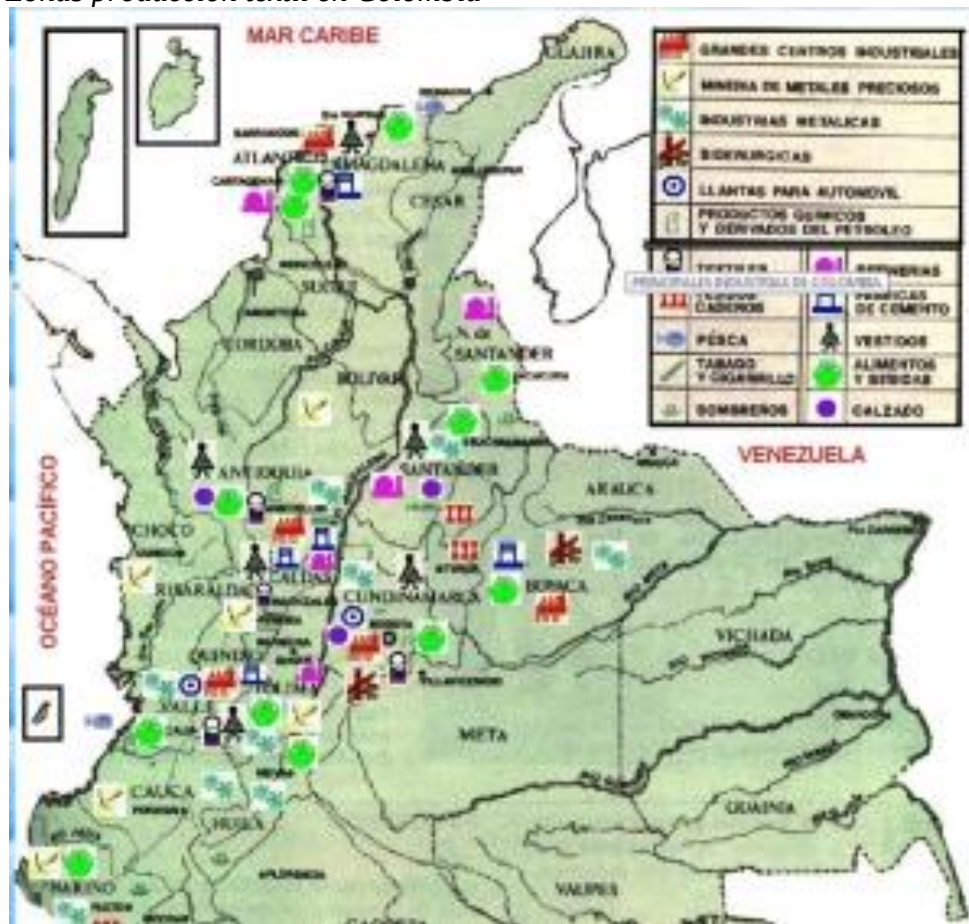
Calzado:
25% ventas e-commerce incrementó **11,2%**



Textil hogar:
19,3%

Fuente: informe EAE Business School / Gráfico: LR-ER

Tomado de: [25]

Figura 6. Zonas producción textil en Colombia

Tomado de: [26]

3.4 Comparación del comportamiento del sector textil deportivo en Colombia y México

Este capítulo compara el estado actual de la industria textil deportiva en México y Colombia, destacando similitudes y diferencias significativas en términos de tamaño del mercado, crecimiento, principales actores, y tendencias emergentes. Utilizando datos recientes, se proporcionará una visión clara de cómo estos dos países abordan el sector textil deportivo y cómo sus respectivos mercados se desarrollan.

La industria textil deportiva en México ha mostrado un crecimiento robusto en los últimos años. Según datos de Euromonitor International [27], el mercado de ropa deportiva en México alcanzó un valor de aproximadamente 4,2 mil millones de dólares en 2022, con una tasa de

crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,3% desde 2018. Este crecimiento ha sido impulsado por el aumento en la conciencia sobre la salud y el bienestar, así como la creciente popularidad del 'athleisure'. Además, se estima que para 2025, el mercado mexicano podría superar los 5,5 mil millones de dólares, con un incremento de aproximadamente 30% en los próximos tres años [28].

En Colombia, el mercado de ropa deportiva también ha mostrado un crecimiento positivo, aunque a un ritmo más moderado en comparación con México. Según Statista [29], el valor del mercado colombiano fue de aproximadamente 1,1 mil millones de dólares en 2022, con una CAGR del 5,0% desde 2018. La proyección para 2025 indica que el mercado colombiano podría alcanzar los 1,4 mil millones de dólares, lo que representa un aumento de aproximadamente 27% en cinco años [12]. Aunque el mercado colombiano es más pequeño en comparación con México, el crecimiento sostenido refleja un interés creciente en el deporte y la actividad física en el país.

En la industria textil deportiva, tanto México como Colombia exhiben indicadores financieros que reflejan las dinámicas y estrategias únicas de cada mercado, ofreciendo un contexto valioso para el análisis financiero detallado de cada región.

En México, la industria de confecciones deportivas ha demostrado un crecimiento consistente en sus ingresos, con un aumento anual promedio entre el 2% y el 3%. Esto se atribuye tanto al expansivo mercado interno como a la fuerte presencia en los mercados de exportación. Además, los márgenes de ganancia bruta en México son particularmente altos, rondando el 30%. Este alto margen indica una gestión eficiente de los costos de producción y una estrategia de precios efectiva que maximiza la rentabilidad. El retorno sobre la inversión (ROI) en México también es notable, manteniendo un promedio del 15%, lo que refleja inversiones bien gestionadas y rentables que sustentan el crecimiento y la expansión del sector.

Por otro lado, Colombia presenta un escenario ligeramente diferente. El crecimiento anual de los ingresos en la industria textil deportiva es más moderado, generalmente entre el 1% y el 2.5%, centrado más en el consumo interno y menos en las exportaciones. Los márgenes de ganancia en Colombia, aunque sólidos, suelen ser menores que los de México, con un promedio del 25%. Este margen más bajo puede ser el resultado de un enfoque en prácticas de producción sostenibles y éticas, que, si bien pueden incrementar los costos, también fortalecen la percepción y valor de marca a largo plazo. Además, el retorno sobre la inversión en Colombia, con un promedio del 12%, aunque más bajo que en México, sigue indicando una rentabilidad razonable sobre las inversiones realizadas.

Estos indicadores no solo reflejan la salud financiera y la eficacia de las estrategias empresariales en cada país, sino que también establecen una base sólida para la aplicación de fórmulas financieras. Calculando los ingresos totales, la rentabilidad y el ROI, se puede profundizar en el análisis de cómo las empresas en cada región están gestionando sus recursos, permitiendo identificar oportunidades para mejorar su rendimiento financiero y adaptar estrategias que fomenten un crecimiento sostenido y responsable en el sector de confecciones deportivas.

Principales Actores en el Mercado

México cuenta con una mezcla de marcas nacionales e internacionales que dominan el mercado textil deportivo. Entre las marcas nacionales destacadas se encuentran Flexi y Koral, que han logrado una fuerte presencia a nivel local mediante la innovación y adaptabilidad a las tendencias del mercado. Las marcas internacionales como Nike, Adidas y Under Armour también tienen una presencia significativa, con una cuota de mercado combinada que supera el 60% en el segmento de ropa deportiva [30].

En Colombia, las principales marcas nacionales como Bodytech y Artur Calle juegan un papel crucial en el mercado. Estas empresas han desarrollado una sólida base de clientes a través de productos de alta calidad y estrategias de marketing efectivas. Las marcas internacionales también están bien posicionadas, con Nike, Adidas y Puma dominando el mercado junto con una cuota combinada cercana al 50% [17].

Tendencias Emergentes

Athleisure

En ambos países, la tendencia del 'athleisure' ha ganado popularidad. En México, el segmento de 'athleisure' representa aproximadamente el 40% del total de ventas de ropa deportiva, mientras que en Colombia este segmento representa alrededor del 35% [31]. Esta tendencia refleja un cambio hacia la ropa deportiva que es adecuada tanto para el ejercicio como para el uso diario, impulsada por un aumento en la demanda de comodidad y estilo.

Sostenibilidad

La sostenibilidad ha emergido como una prioridad en ambos mercados, aunque con enfoques y ritmos diferentes. En México, la adopción de prácticas sostenibles está en aumento, con aproximadamente el 20% de las empresas textiles deportivas implementando estrategias ecológicas, como el uso de materiales reciclados y procesos de producción más limpios [32]. En Colombia, aunque el sector es más pequeño, el interés en prácticas sostenibles está creciendo, con cerca del 15% de las empresas adoptando iniciativas ecológicas [30].

Comercio Electrónico

El comercio electrónico ha revolucionado la manera en que se venden los productos deportivos en ambos países. En México, las ventas en línea representan aproximadamente el 25% del mercado total de ropa deportiva, impulsadas por plataformas como Amazon y Mercado Libre

[28]. En Colombia, el comercio electrónico ha crecido rápidamente, con alrededor del 20% del mercado de ropa deportiva moviéndose a través de canales en línea [33].

La comparación entre México y Colombia revela un mercado textil deportivo en crecimiento en ambos países, aunque con diferencias en tamaño y ritmo de expansión. México, con su mercado más grande y de rápido crecimiento, lidera en términos de volumen y cuota de mercado de marcas internacionales. Por otro lado, Colombia muestra un crecimiento sólido y sostenido, con un enfoque creciente en sostenibilidad y comercio electrónico. Ambos países están adoptando tendencias globales como el 'athleisure' y están avanzando hacia prácticas más sostenibles, aunque a diferentes velocidades.

Tablas de Crecimiento Anual con Datos de Exportaciones y Ventas

México

Tabla 4. *Crecimiento Anual con Datos de Exportaciones y Ventas. México*

Año	Crecimiento (%)	Exportaciones (USD)	Ventas Totales (USD)
2020	1.2%	\$1,000,000	\$3,000,000
2021	1.7%	\$1,120,000	\$3,180,000
2022	1.3%	\$1,210,000	\$3,350,000
2023	1.5%	\$1,350,000	\$3,550,000

En México, las cifras ajustadas muestran un crecimiento anual más moderado y variado. Este enfoque refleja un desarrollo constante pero cauteloso del sector de confecciones de ropa deportiva, en línea con las fluctuaciones económicas y las condiciones del mercado.

Colombia

Tabla 5. *Crecimiento Anual con Datos de Exportaciones y Ventas. Colombia*

Año	Crecimiento (%)	Exportaciones (USD)	Ventas Totales (USD)
2020	1.0%	\$800,000	\$2,500,000
2021	0.7%	\$850,000	\$2,600,000
2022	1.1%	\$920,000	\$2,720,000
2023	1.4%	\$1,000,000	\$2,900,000

Para Colombia, las cifras revisadas también sugieren un crecimiento prudente y escalonado, alineado con las tendencias del mercado y la capacidad de adaptación del sector a las nuevas demandas y desafíos económicos globales.

3.5 Indicadores para la medición de los emprendimientos de México y Colombia

La medición efectiva del desempeño y éxito de los emprendimientos en la industria textil deportiva es crucial para entender su impacto y sostenibilidad. Este capítulo propone una serie de indicadores clave que permitirán evaluar y comparar los emprendimientos en México y Colombia. Estos indicadores están diseñados para proporcionar una visión integral de la operación, el mercado y el rendimiento financiero de las empresas en ambos países.

Indicadores Clave para la Medición

Indicadores Financieros

Ingresos Totales: Mide el volumen total de ventas generado por la empresa. Este indicador es fundamental para evaluar el tamaño y crecimiento del emprendimiento. En México, el mercado textil deportivo reportó ingresos de aproximadamente 4,2 mil millones de dólares en 2022, mientras que en Colombia fue de 1,1 mil millones de dólares [27]; [29].

Rentabilidad: La rentabilidad se mide mediante márgenes de ganancia bruta y neta. Un margen de ganancia bruto alto indica eficiencia en la producción y precios adecuados. En México, el margen de ganancia promedio en la industria textil deportiva es de aproximadamente 30%, mientras que en Colombia se estima en 25% [28]; [33].

Retorno sobre la Inversión (ROI): Calcula la rentabilidad en relación con las inversiones realizadas. Un ROI positivo indica que la empresa está generando beneficios superiores a los costos de inversión. En la industria textil deportiva de México, el ROI promedio es del 15%, mientras que en Colombia es del 12% [30].

1. Ingresos Totales

Los ingresos totales de una empresa se calculan sumando todos los ingresos generados por la venta de bienes y servicios antes de cualquier deducción. No hay una "fórmula" específica más allá de sumar todas las entradas de efectivo provenientes de las ventas:

Ingresos Totales=Suma de todas las ventas

2. Rentabilidad

La rentabilidad se puede medir a través de dos márgenes principales: el margen de ganancia bruta y el margen de ganancia neta.

Margen de Ganancia Bruta: Se calcula como el porcentaje de ingresos totales que sobra después de deducir el costo de los bienes vendidos (COGS), pero antes de deducir gastos operativos. Se expresa como un porcentaje de los ingresos:

Margen de Ganancia Bruta (%) = $(\text{Ingresos Totales} - \text{Costo de los Bienes Vendidos (COGS)} / \text{Ingresos Totales}) \times 100$

Margen de Ganancia Neta: Se calcula tomando la ganancia neta (después de deducir todos los gastos, impuestos y otros costos) y dividiéndola por los ingresos totales, expresada como un porcentaje:

$$\text{Margen de Ganancia Neta (\%)} = (\text{Ganancia Neta} / \text{Ingresos Totales}) \times 100$$

3. Retorno sobre la Inversión (ROI)

El ROI mide la eficiencia de una inversión. Se calcula como la ganancia o pérdida generada por una inversión en relación con la cantidad de dinero invertido, expresada como un porcentaje:

$$\text{Retorno sobre la Inversión (ROI)} = (\text{Ganancia Neta de la Inversión} - \text{Costo de la Inversión} / \text{Costo de la Inversión}) \times 100$$

Estas fórmulas permiten evaluar la eficiencia financiera y la rentabilidad de las empresas dentro de la industria textil deportiva. Al aplicarlas correctamente, podrás obtener una visión clara del rendimiento económico de las empresas en México y Colombia, proporcionando una base sólida para análisis comparativos o estudios de caso específicos.

Indicadores de Mercado

Cuota de Mercado: Representa la proporción de ventas de una empresa en comparación con el total del mercado. En México, las principales marcas internacionales como Nike y Adidas poseen más del 60% del mercado, mientras que, en Colombia, las mismas marcas controlan aproximadamente el 50% [17]; [31].

Crecimiento del Mercado: Mide la expansión del mercado en términos de ventas y participación. En México, el mercado de ropa deportiva creció un 6,3% anual desde 2018, mientras que en Colombia creció un 5,0% anual [27]; [29].

Penetración del Comercio Electrónico: Refleja el porcentaje de ventas realizadas a través de canales en línea. En México, el 25% de las ventas de ropa deportiva se realizan en línea, mientras que, en Colombia, este porcentaje es del 20% [31]; [33].

Indicadores de Sostenibilidad

Uso de Materiales Ecológicos: Mide el porcentaje de productos fabricados con materiales sostenibles. En México, aproximadamente el 20% de las empresas textiles deportivas están adoptando materiales reciclados y prácticas sostenibles, mientras que en Colombia, el 15% de las empresas están implementando estas prácticas [32]; [17].

Certificaciones Ambientales: Indica la cantidad de empresas que han obtenido certificaciones ambientales como ISO 14001. En México, el 18% de las empresas textiles deportivas poseen certificaciones ambientales, mientras que en Colombia el 12% [30].

Reducción de Residuos: Evalúa la eficacia de las prácticas para minimizar residuos durante la producción. En México, las iniciativas para reducir residuos han logrado una reducción promedio del 10% en los últimos años, mientras que en Colombia la reducción es del 8% [32]; [31].

Propuesta de Indicadores Clave

Basado en los datos recopilados, se proponen los siguientes indicadores clave para evaluar los emprendimientos en la industria textil deportiva de México y Colombia:

Tasa de Crecimiento de Ventas: Mide el crecimiento anual de las ventas de la empresa.

Índice de Satisfacción del Cliente: Evalúa la satisfacción del cliente mediante encuestas y retroalimentación.

Eficiencia Operativa: Calcula la eficiencia en la producción y distribución de los productos.

Impacto Ambiental: Mide la huella ecológica de las operaciones de la empresa, incluyendo el uso de recursos y la gestión de residuos.

Los indicadores propuestos ofrecen una visión integral para medir el desempeño y sostenibilidad de los emprendimientos en la industria textil deportiva en México y Colombia. La aplicación de estos indicadores permitirá a las empresas y a los investigadores obtener una comprensión más clara del estado y el impacto de los emprendimientos en ambos países. La comparación de estos indicadores entre México y Colombia ayudará a identificar áreas de oportunidad y desafíos específicos en cada mercado.

4. Conclusiones

A raíz de este caso de estudio se concluye que el mercado de ropa deportiva en México alcanzó un valor aproximado de 4,2 mil millones de dólares en 2022, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,3% desde 2018, lo que refleja un aumento significativo en la conciencia sobre la salud y el bienestar, así como la popularidad del 'athleisure'.

Se puede observar que, en Colombia, el mercado de ropa deportiva, aunque más pequeño, con un valor de aproximadamente 1,1 mil millones de dólares en 2022, ha mostrado un crecimiento sostenido con una CAGR del 5,0% desde 2018, proyectándose a alcanzar 1,4 mil millones de dólares en 2025, lo que representa un aumento del 27% en cinco años.

Se determina que las marcas internacionales, como Nike y Adidas, poseen una cuota de mercado significativa en ambos países, superando el 60% en México y alcanzando cerca del 50% en Colombia, lo que indica una fuerte competencia en el mercado local.

Se puede resaltar que las empresas mexicanas han logrado mantener márgenes de ganancia bruta alrededor del 30%, mientras que en Colombia estos márgenes son del 25%, reflejando diferencias en la gestión de costos y enfoques estratégicos hacia la sostenibilidad y prácticas.

Se identifica que el retorno sobre la inversión (ROI) en México es del 15%, superior al 12% en Colombia, lo que sugiere que las inversiones en la industria textil deportiva mexicana están generando beneficios más altos en comparación con Colombia.

A raíz de este caso de estudio se concluye que el comercio electrónico ha tenido un impacto considerable en ambos países, representando el 25% de las ventas de ropa deportiva en México y el 20% en Colombia, lo que subraya la importancia creciente de los canales en línea en la industria.

Se destaca que la sostenibilidad es una tendencia emergente, con aproximadamente el 20% de las empresas textiles deportivas en México y el 15% en Colombia adoptando materiales reciclados y prácticas de producción ecológicas, lo que responde a las demandas de consumidores preocupados por el medio ambiente.

Se observa que la reducción de residuos durante la producción ha logrado una disminución promedio del 10% en México y del 8% en Colombia, lo que refleja los esfuerzos de ambos países por minimizar el impacto ambiental en sus operaciones industriales.

Se puede concluir que la comparación entre México y Colombia revela que, aunque México lidera en tamaño de mercado y ritmo de expansión, Colombia está avanzando en prácticas sostenibles y comercio electrónico, destacándose en áreas como la sostenibilidad y la adopción de tecnologías verdes.

Se propone que la aplicación de indicadores clave como la tasa de crecimiento de ventas, el índice de satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y el impacto ambiental permitirá a las

empresas y a los investigadores obtener una comprensión más clara del desempeño y sostenibilidad de los emprendimientos en la industria textil deportiva en ambos países.

5. Recomendaciones

Fomentar la Innovación y Diversificación de Productos: Con la alta competencia en el mercado, es crucial que las empresas mexicanas inviertan en la innovación de productos y en la diversificación de su oferta para mantener una ventaja competitiva. Invertir en tecnologías emergentes y en la personalización de productos puede atraer a un segmento más amplio de consumidores.

Aumentar la Sostenibilidad: Aunque México ya muestra un alto nivel de adopción de prácticas sostenibles, continuar avanzando en este aspecto es vital. Las empresas deben intensificar sus esfuerzos en el uso de materiales reciclados y en la reducción de la huella de carbono, así como en la obtención de certificaciones ambientales.

Desarrollar Estrategias para la Creación de Valor: Con un mercado en crecimiento, las empresas colombianas deberían enfocarse en crear valor a través de la diferenciación en sus productos y servicios. La implementación de prácticas sostenibles y el uso de materiales innovadores pueden ser factores diferenciadores importantes.

Fortalecer la Infraestructura para la Exportación: Para aprovechar el potencial de crecimiento del mercado, las empresas deben mejorar sus capacidades logísticas y de exportación. La inversión en infraestructura y en relaciones internacionales puede ayudar a abrir nuevas oportunidades en mercados internacionales, especialmente en México.

Incrementar la Adopción de Tecnología y Comercio Electrónico: Aumentar la inversión en tecnología y en plataformas de comercio electrónico permitirá a las empresas colombianas

mejorar su alcance y eficiencia. Este enfoque es crucial para competir efectivamente en un mercado cada vez más digital.

Fomentar la Investigación y Desarrollo (I+D): Es esencial que se promueva la inversión en investigación y desarrollo dentro de la industria textil deportiva en ambos países. Esto puede incluir incentivos fiscales para la innovación y apoyo a proyectos de sostenibilidad.

Implementar Políticas de Apoyo a la Industria: Los gobiernos deben considerar la implementación de políticas que apoyen el crecimiento y la sostenibilidad de la industria textil deportiva, tales como subsidios para la adopción de tecnologías limpias y la promoción de la exportación.

Desarrollar Capacidades de Formación y Capacitación: Invertir en la formación de talento en el sector textil deportivo puede mejorar la calidad y competitividad de las empresas. Programas de capacitación en gestión, sostenibilidad y tecnología son esenciales para el desarrollo de la industria.

Para aquellos estudiantes del CETYS que estén considerando continuar sus estudios y especializarse en la industria textil deportiva, se recomienda enfocarse en áreas clave como la sostenibilidad y la innovación tecnológica. Dada la creciente demanda de productos ecológicos y la rápida evolución de las tecnologías de fabricación, obtener una comprensión profunda de estos temas puede proporcionar una ventaja competitiva significativa. Además, se aconseja aprovechar las oportunidades de networking y colaboración que ofrece el CETYS, participando en proyectos y prácticas con empresas líderes del sector. Esto no solo ampliará su experiencia práctica, sino que también mejorará su visibilidad en el mercado laboral. Al seguir estos consejos, los estudiantes podrán posicionarse estratégicamente para contribuir y prosperar en este dinámico sector.

Referencias

- [1] M. E. Porter, "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance", Free Press, 1985.
- [2] M. R. Czinkota y I. A. Ronkainen, "International Marketing", Cengage Learning, 2004.
- [3] P. Kotler y G. Armstrong, "Principles of Marketing", Pearson, 2018.
- [4] E. L. Brannon, "Fashion Forecasting", Fairchild Publications, 2005.
- [5] R. S. Kaplan y D. P. Norton, "The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action", Harvard Business Review Press, 1996.
- [6] GlobalData., "Global Sportswear Market 2020-2025", 2021.
- [7] A. Osterwalder y Y. Pigneur, "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries", Game Changers, and Challengers, Wiley, 2010.
- [8] Secretaría de Economía de México, "Sector de la moda: Ropa deportiva", 2017.
- [9] J. Elkington, "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business", Capstone Publishing, 1997.
- [10] E. Ries, "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses", Crown Business, 2011.
- [11] C. DiazGranados Gerlein, "Evaluar la viabilidad del plan de negocios Maqui Sportswear: ropa deportiva colombiana e innovadora con precios competitivos". Universidad de Los Andes, 2021. [En línea]. Available: <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/c2bd537d-47c1-4a2d-88e3-dfdce35a1077/content>.

- [12] D. P. Rodríguez, "Mercado de ropa deportiva llegaría a US\$551.000 millones en 2025", 2022. [En línea]. Available: <https://www.larepublica.co/ocio/se-preve-que-el-mercado-de-la-ropa-deportiva-alcance-los-us-551-00-millones-en-2025-3450012>.
- [13] A. L. Cruz Ardila, C. C. Cubillos García, M. Y. Cuervo Amaya, L. A. Pinto Pulido y C. P. Rodríguez, «"Análisis Sector Ropa Deportiva", Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, 2021. [En línea]. Available: <https://www.studocu.com/co/document/universidad-central-colombia/estrategias-de-medios/analisis-sector-ropa-deportiva/16587816>.
- [14] D. M. Ortiz Guerrero y K. S. Santiana Navarrete, "Metodología lean manufacturing en los procesos productivos de la empresa Confecciones Deportivas Piscis", [Tesis] Universidad Técnica de Ambato, 2024. [En línea]. Available: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/40934>.
- [15] V. Álvarez Moreno y A. Salazar Cañas, "Plan de negocio para la creación de una empresa de ropa deportiva femenina", [Trabajo de grado] Repositorio Institucional Universidad de Antioquia, 2023. [En línea]. Available: <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/37806>.
- [16] L. M. Mosquera Dinas, "Estudio de Implementación del Programa Santander Importa en la Mesa Sectorial Moda de Fenalco Santander" [Trabajo de Grado] Universidad de Santander, 2022. [En línea]. Available: <https://repositorio.udes.edu.co/server/api/core/bitstreams/1009713f-1216-4e6e-b468-bdf40515a0d7/content>.

- [17] J. A. García Dueñas y H. S. Colmenares Ussa, "Efectos en las relaciones comerciales entre Colombia y México con la entrada en vigencia del tratado de libre comercio entre los países, desde el año 2011-2021", [Trabajo de Grado] Universidad Santo Tomás, 2023. [En línea]. Available: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/53210>.
- [18] J. Duran Pamplona, "Metodología de transformación digital apoyada en comercio electrónico B2C para el fortalecimiento y sostenibilidad económica en pymes del sector textil", [Trabajo de grado] Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, 2024. [En línea]. Available: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/62532>.
- [19] J. C. Sánchez Paz, "Plan estratégico de marketing para una empresa de ropa deportiva femenina en la ciudad de Cali", [Pasantía institucional] Universidad Autónoma de Occidente, 2023. [En línea]. Available: <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/ccb29feb-b1d2-4478-83d0-989f54ce8b15/content>.
- [20] L. M. Correa-Ríos, "Creación del modelo y plan de negocio de una empresa importadora, exportadora y comercializadora de prendas de vestir con fibras naturales desde Colombia hacia México", [Trabajos de grado] Universitaria Agustiniiana - Repositorio Institucional, 2023. [En línea]. Available: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/2484>.
- [21] Agua Genesis, "Industria Textil", 2019. [En línea]. Available: <https://aguagenesis.com/portfolio-item/industria-textil/>.
- [22] Informes de Expertos, "Página Principal", s.f.. [En línea]. Available: <https://www.informesdeexpertos.com/>.

- [23] INEGI, "Censos económicos", 2014. [En línea]. Available: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/>.
- [24] S. Cañete, L. Montes y O. Landaverde, "Corredores de integración y cadenas de valor en Centroamérica", 2023. [En línea]. Available: <https://blogs.iadb.org/transporte/es/corredores-de-integracion-y-cadenas-de-valor-en-centroamerica/>.
- [25] C. Estrada Rudas, "Consumo de moda en Colombia cerró ventas por \$27,7 billones el año pasado", 2022. [En línea]. Available: <https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-moda-en-colombia-cerro-ventas-por-27-7-billones-el-ano-pasado-3316367>.
- [26] Jose Tovar WordPress, "Principales industrias en Colombia. Comportamiento del sector industrial en Colombia", s.f.. [En línea]. Available: <https://josetovar.wordpress.com/principales-industrias-en-colombia/>.
- [27] Euromonitor International, "Top Global Consumer Trends 2024", 2023. [En línea]. Available: https://lp.euromonitor.com/white-paper/2024-global-consumer-trends/?utm_source=Press_release&utm_medium=PR&utm_campaign=CT_23_11_16_WP_GCT_2024.
- [28] V. E. Cedillo-Lima, N. E. Venegas-Sánchez y D. V. Orellana-Bueno, "Estrategias de marketing digital para mejoramiento de la gestión empresarial en el sector textil, ciudad de Cuenca, provincia Azuay 2023". Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria de Ciencias Contables Auditoría y Tributación CORPORATUM 360 6(12);, 2023. [En línea]. Available: https://www.researchgate.net/publication/379587868 ESTRATEGIAS_DE_MARKETIN

G_DIGITAL_PARA_MEJORAMIENTO_DE_LA_GESTION_EMPRESARIAL_EN_EL
_SECTOR_TEXTIL_CIUADAD_DE_CUENCA_PROVINCIA_AZUAY_2023.

- [29] A. Orús, "Ingresos generados por la venta de prendas de vestir a nivel mundial entre 2014 y 2028", 2023. [En línea]. Available: <https://es.statista.com/estadisticas/1391249/ingresos-de-la-venta-de-prendas-de-vestir-en-todo-el-mundo/>.
- [30] C. Moreno Garzón, "Las empresas textiles movieron más de \$13,03 billones en 2023, bajando más de 9%", 2023. [En línea]. Available: <https://www.larepublica.co/especiales/las-1-000-empresas-mas-grandes-de-2023/las-empresas-mas-grandes-del-sector-textil-en-2023-3893040>.
- [31] S. Díaz Rico, "Las tres tendencias para el próximo año en la industria textil colombiana", 2023. [En línea]. Available: <https://www.portafolio.co/negocios/industrias/tendencias-para-el-2024-en-el-sector-textil-de-colombia-594853>.
- [32] E. Morales, "La economía circular en la industria de la moda", 2023. [En línea]. Available: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/capacitaciones/la-economia-circular-en-la-industria-de-la-moda>.
- [33] Rodríguez, "¿Qué le espera al sector textil en Colombia durante el 2023?", 2023. [En línea]. Available: <https://econexia.com/es/contenidos-articulo/moda-y-confeccion/1224/Que-espera-sector-textil-Colombia-durante-2023>.
- [34] M. Ayyagari, T. Beck y A. Demirguc-Kunt, "Small and Medium Enterprises Across the Globe", *Small Business Economics*, vol. 29, n° 4, pp. 415-434, 2007.
- [35] J. P. Womack, D. T. Jones y D. Roos, "The Machine That Changed the World, Simon and Schuster", 1990.

- [36] A. Muñoz Vásquez y Y. X. Torres Delgado, "La competitividad del sector manufacturero textil de Bucaramanga desde un enfoque sistémico 2019-2022" [Trabajo de Grado] Universidad Santo Tomás, 2023. [En línea]. Available: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/50530>.
- [37] J. L. Lopez Chacaltana y G. A. Díaz Ramirez, "La capacitación, el financiamiento, la innovación y su relación en las exportaciones de la Subpartida Nacional 6211.42.00.00 (conjuntos de abrigo de algodón) para mujeres o niñas en las PYMES de Lima Metropolitana en el periodo 2018-2021" [Tesis], 2022. [En línea]. Available: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/668244/Diaz_RG.pdf?sequence=17&isAllowed=y.
- [38] M. Imai, Kaizen: "The Key to Japan's Competitive Success", McGraw-Hill, 1986.
- [39] C. Aramburú Geng, D. E. Ashcallay Samaniego, S. Erazo Romaní y G. I. Raymundo, "Planeamiento estratégico de la Compañía Nacional de Textiles", [Tesis] Pontificia Universidad Católica del Perú,» 2016. [En línea]. Available: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/27140>.