

BTS COMMUNICATION SESSION 2018	E2 : PRODUCTION ORALE LVA	SUJET N°3
-----------------------------------	------------------------------	-----------

## Colombia también sabe exportar lencería

EL PAIS - ÓSCAR GRANADOS - Madrid - 16 MAR 2018 -

Chones, bombachas, cucos, cuquitos, blumen, pantaletas, churrines, calzones o simplemente bragas. Nunca nadie se pondrá de acuerdo en el léxico de la lencería en castellano. No hace falta. Al menos a la colombiana Leonisa le ha valido cualquier denominación para expandir su imperio de ropa interior femenina dentro y fuera de América Latina, a lo largo de casi 62 años de historia. La empresa —que también fabrica artículos para hombres— compite codo con codo con las grandes marcas del mundo, en un centenar de países, y se ha convertido en una de las mayores textiles del país sudamericano.

La historia de Leonisa arranca en noviembre de 1956, cuando los hermanos Urrea montan un taller de confección de distintos tipos de ropa. En el país, por aquella época, no existía una compañía de referencia en este tipo de productos, así que los Urrea vieron una buena oportunidad de negocio, explica Carlos Ramírez, director del programa.

Después de haber conquistado algunos países latinoamericanos, la empresa buscó nuevos horizontes. A inicios de la década de los noventa, los empresarios vieron en España un mercado lleno de oportunidades y el trampolín perfecto para expandirse a través de Europa, destaca Ramírez. De esta manera, las prendas de la empresa —que también produce bañadores, vaqueros, leggings y ropa deportiva, entre otros artículos de vestir— llegaron a los grandes almacenes españoles. Ahora su mercancía se distribuye en el Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Portugal.

Tras haber cruzado el Atlántico, la empresa desembarcó en EE UU durante la primera década de este siglo. Su gran aliciente fue la creciente llegada de inmigrantes latinoamericanos a la economía estadounidense. “Lo que Shakira es para la música, Leonisa es para la lencería”, dijo Carlos Urrea, hijo de uno de los fundadores, al The Wall Street Journal en 2010.

El panorama, sin embargo, se enturbia con el creciente contrabando de textiles, la importación de productos que se comercializan por debajo de su precio normal o de su costo de producción (dumping), y con las dificultades de los fabricantes para ser competitivo frente otros contrincantes internacionales, explica un documento de Indexmoda. Frente a estas vicisitudes en Colombia Leonisa ha seguido expandiendo su posición en los mercados internacionales.

BTS COMMUNICATION SESSION 2018	E2 : PRODUCTION ORALE LVA	SUJET N° :
-----------------------------------	------------------------------	------------

Desfile de la firma Leonisa durante la celebración del Colombiamoda en Medellín.

GETTY IMAGES

