

EL MARKETING COMO ESTRATEGIA DE LAS PYMES EN EL SECTOR TEXTIL-  
CONFECCIONES PARA CAPTAR CLIENTES EN TIEMPOS DE COVID 19 EN  
BOGOTÁ

PRESENTADO POR:

YEISSON STEVEN GONZALEZ CASTELLANOS



PRESENTADO A:

FERNANDO ANIBAL MARTINEZ

TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA MERCADEO

BOGOTÁ, NOVIEMBRE DE 2021

## **Tema**

El marketing se ha convertido en un factor fundamental en las empresas de Colombia para mejorar rendimientos en áreas administrativas, operativas y comerciales. Las pymes del sector textil-confecciones en la actualidad tienen desafíos estando obligadas a reinventarse para sostenerse, crear nuevas experiencias de consumo, satisfaciendo nuevas necesidades sociales y empresariales como su nuevo reto competitivo.

El sector textil como otros sectores de la economía no estaban preparados ante los fenómenos de la naturaleza; tuvieron poco tiempo para adaptarse a los cambios y las estrategias de marketing tradicional que venían implementando las pymes de este sector, seguramente con la actual pandemia por los efectos del COVID 19, se encontraron en la necesidad de hacer cambios de 360 grados en sus actividades cotidianas, reducir empleos, reducir salarios, minimizar gastos o reducir producción, entre otras decisiones. Captar clientes en tiempos de COVID 19 para las empresas en Colombia es un poco complejo. En primer lugar, debilitó las organizaciones y segundo lugar los comportamientos de consumo a los que se enfrentaron fueron diferentes, en este orden, las pymes tuvieron poco tiempo para reorganizarse demandando nuevos productos y servicios.

## **Planteamiento del problema**

Freddy Álvarez Pinto (2007) definiendo la disciplina del marketing cita a tres autores, Philip Kotler, Stanton y Peter Druker, y sostiene que el marketing es la esencia de toda empresa y que debe implementar procesos que permitan planear y ejecutar ideas que provoquen intercambios de bienes y servicios para satisfacer necesidades y deseos en los consumidores. La conceptualización del Marketing ha sido tema de investigación de diversos investigadores, así por ejemplo para la Asociación de Americana de Marketing (AMA, por sus siglas en inglés) es “el proceso de planear y ejecutar la concepción, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores y los objetivos de la organización”, (Pinto, 2007. p. 2).

Como lo expresa la Asociación de Americana de Marketing, el marketing es la serie de pasos cuidadosos para crear intercambio de valor entre empresas y consumidores que puedan

satisfacer necesidades y deseos entre las partes involucradas. Atendiendo la situación actual de nuestra sociedad, Suárez Jhon, Labrador Hender, Suarez Sir (2020) sostienen que:

La situación causada por la expansión de la COVID-19 alrededor del mundo ha puesto en jaque la economía de la mayoría de los países, obligando al comercio a cerrar sus puertas y a replantearse la manera de como relacionarse con sus clientes y es que la COVID-19 desencadenó un tsunami de innovación (Suárez, Labrador, Suárez 2020, p. 199:8).

Continúan Suarez, et, al (2020) afirmando que con la llegada y extensión producida por el brote COVID 19 en el entorno del comercio, obligados se vieron los empresarios a comunicar y relacionarse de forma diferente proporcionando valor con los clientes. El marketing fue la estrategia ideal para muchos que evitó cierres definitivos a raíz de la pandemia. La era digital, así mismo, fue la herramienta implementada por muchos sectores de la economía para minimizar las pérdidas y cierres obligatorios, Facebook, WhatsApp, Instagram, Amazon, mercado libre, entre otras redes de comercio digital, fueron algunas de las estrategias y herramientas tecnológicas de las pequeñas y mediana empresas para captar clientes en tiempos de COVID 19.

Lina María Vélez Cardona representante de Fenalco (2021) afirma que:

el sector textil y de confecciones genera unos 580.000 empleos formales en el país, también sostiene que la pandemia y los bloqueos afectan fuertemente la comercialización de los productos y por tanto se estima que el sector se tomará mínimo dos años en volver a las cifras de 2019. (Fenalco 2021).

De acuerdo con la representante de Fenalco, la pandemia y los bloqueos afecta enormemente la logística del sector textil. Las demoras en las entregas de mercancía a los proveedores y compradores de los productos, de una parte y por otro lado, se han originado demoras en toda la cadena logística del sector textil, desde obtener materias primas hasta conseguir compradores finales. Al llegar el paro nacional, sin lugar a duda, retrasó las proyecciones de los pequeños empresarios, los bloqueos hicieron que el sector tuviera pérdidas enormes:

saqueos, vandalización de los establecimientos, produjeron sobre costos en las materias primas entre otros factores externos complejos de controlar.

María Camila Pérez Godoy (2021), periodista de Portafolio afirma que en Colombia una de cada tres prendas es de contrabando. Las problemáticas graves que tiene el sector es competir contra el contrabando, la ilegalidad, una de cada tres prendas son de contrabando esto representa el 32% del gasto de los colombianos en moda colocando en riesgo a los empresarios del país, durante el año 2019 se incautaron 299.000 millones de mercancía y en 2020 fueron 318.000 millones y en por último entre enero a junio de 2021 se vienen incautan mercancías con un reporte hasta el momento de 12 contenedores en los diferentes puertos de Colombia. (Pérez 2021)

Hay diversos cuestionamientos acerca de las problemáticas que afectan el sector por eso Jorge Iván Acosta Calao (2020) se apoya en diferentes fuentes y autores al referirse a las importaciones al afirmar que:

Históricamente Colombia ha sido un país subdesarrollado, sin una producción interna autosuficiente, y que, en la mayoría de sus productos terminados y sustitutos, debe importar las materias primas y bienes de capital (Rios, 2016, p. 3), lo que ha generado que el país en 2019 haya incrementado en gran cantidad sus importaciones, representado en una balanza comercial negativa en los últimos 5 años (DANE, 2020), (Acosta, 2020, p. 4).

Según Acosta (2020), las importaciones dependen gran parte de las confecciones en productos terminados colombianos, este flagelo de las importaciones también inestabiliza la economía del sector al haber un desequilibrio en la entrada de millones de confecciones al país desacelerando el crecimiento de los empresarios del sector textil-confección. Según fuentes del DANE, los productos más importados serian confecciones, calzado, textiles, bisutería, celulares entre otros.

### **Formulación del problema**

¿La pandemia, las importaciones, el contrabando, los bloqueos es la problemática real que afecta a las pymes del sector textil-confección en Colombia para captar clientes en tiempos de COVID 19?

### **Objetivo general**

Determinar el impacto que provoca la pandemia, las importaciones, el contrabando, los bloqueos en las actividades comerciales del sector textil-confección en tiempos de COVID - 19

### **Objetivos específicos**

- a. Analizar las estrategias adoptadas por el sector textil-confección para la captación de clientes en tiempos de COVID 19.
- b. Establecer las problemáticas que las importaciones y el contrabando generan en el sector textil-confección
- c. Identificar las soluciones del gobierno nacional ante a los problemas que atraviesa el sector textil-confección en Colombia.

### **Marco teórico**

La llegada del COVID 19 sin duda alguna llegó al mundo e inmediatamente afectando las economías de los diferentes países y sectores, las Pymes medianas y pequeñas fueron las más golpeadas por esta crisis. Los estragos drásticos ocasionados por el virus de la pandemia producto de los cierres y confinamiento aceleró los problemas económicos, psicológicos y emocionales en todo el país, retrasando la economía y proyecciones de los empresarios, unos de los problemas de mayor impacto fue la caída enorme de empleabilidad laboral. “De acuerdo con las cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), en los primeros seis meses del 2020 se perdieron 2.7 millones de empleos frente al mismo periodo del año anterior”. (OIT 2020 p.15).

Dada las cifras del DANE aclara el panorama que a pesar de la llegada de la pandemia COVID 19 al país periodos anteriores durante el mismo plazo de tiempo las estadísticas no fueron alteradas por ende se mantuvo en el mismo rango. Las consecuencias de los cierres

por la pandemia no se hicieron esperar, todo el aparato productivo empezó a decrecer y la tasa de desempleo del total nacional laboral sustancialmente se vio reflejado en los diferentes sectores. En este orden, [Según las] cifras del DANE (2020), en agosto de 2020 la tasa de desempleo del total nacional fue de 16,8%, lo que significó un aumento de 6,0 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (10,8%). De esta forma se pasó de 2.677.000 personas desempleadas en agosto de 2019 a 3.965.000 personas desempleadas en agosto de 2020 (OIT 2020 p. 26)

### **Mercado laboral en Colombia: Ocupados por ramas de actividad (promedio móvil trimestral)**

Ciudades	Tasa de ocupación			Tasa de desocupación		
	Jun-Ago 2019	Jun-Ago 2020	Cambio	Jun-Ago 2019	Jun-Ago 2020	Cambio
<b>Total 13 ciudades y áreas metropolitanas</b>	<b>58,8</b>	<b>46,8</b>	<b>-12,0</b>	<b>10,8</b>	<b>23,0</b>	<b>12,2</b>
Bogotá	61,6	48,0	-13,6	10,4	24,1	13,7
Medellín A.M.	56,4	47,8	-8,5	12,6	22,6	10,0
Cali A.M.	60,5	47,7	-12,8	11,8	25,2	13,4
Barranquilla A.M.	60,0	48,1	-12,0	7,6	13,2	5,6
Bucaramanga A.M.	61,2	48,6	-12,6	9,3	22,1	12,8
Manizales A.M.	52,3	42,0	-10,3	10,7	25,3	14,6
Pasto	59,5	49,2	-10,4	10,8	19,6	8,9
Pereira A.M.	56,0	45,1	-10,9	8,6	20,7	12,1
Cúcuta A.M.	51,6	40,7	-10,9	16,5	27,9	11,4
Ibagué	53,3	39,1	-14,3	14,2	32,7	18,6
Montería	52,9	39,1	-13,8	12,8	23,5	10,8
Cartagena	51,8	41,3	-10,5	6,5	18,9	12,4
Villavicencio	57,7	46,3	-11,3	12,1	25,1	13,0
Tunja	54,2	40,6	-13,6	11,9	25,8	13,9
Florencia	52,0	42,8	-9,2	14,9	27,4	12,5
Popayán	50,4	37,1	-13,3	11,6	28,2	16,5
Valledupar	53,0	37,8	-15,2	15,5	24,0	8,5
Quibdó	45,0	34,6	-10,5	18,1	20,6	2,5
Neiva	54,0	38,1	-15,9	14,1	34,0	19,9
Riohacha	51,4	40,7	-10,7	15,2	22,9	7,7
Santa Marta	51,9	37,9	-14,0	12,3	21,6	9,3
Armenia	53,6	42,1	-11,5	15,1	26,0	10,9
Sincelejo	58,8	42,5	-16,2	12,8	25,6i	12,8

**Fuente:** DANE (2020) en OIT (2020)

El mercado laboral en las diferentes ciudades de Colombia se vio en deterioro donde las principales ciudades el desempleo cayó sustancialmente entre junio agosto de 2020

comparado al mismo periodo de 2019, donde en las ciudades como: Cali paso de 11,8% a 25,2%, Bogotá de 10,4% a 24,1%, Medellín de 12,6% a 22,6% y Barranquilla y barranquilla paso de 7,6% a 13,2%. Esta síntesis es con respecto a las ciudades mas importantes de Colombia donde concentra la mayor tasa de ocupación y que por la pandemia tuvieron incremento en el desempleo colombiano.

### mercado laboral en Colombia: Ocupados por ramas de actividad (promedio móvil trimestral)

Sector	Jun-Ago 2019	Jun-Ago 2020	Variación (porcentual)	Variación (miles personas)
<b>Ocupados Total Nacional</b>	<b>22 291</b>	<b>18 675</b>	<b>-16,2%</b>	<b>-3 616</b>
No informa	1	3	-	3
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3 701	3 466	-6,3%	-235
Explotación de minas y canteras	138	177	27,8%	38
Industrias manufactureras	2 412	2 001	-17,0%	-410
Suministro de electricidad gas y agua	208	224	7,9%	16
Construcción	1 513	1 322	-12,7%	-192
Comercio y reparación de vehículos	4 228	3 561	-15,8%	-667
Alojamiento y servicios de comida	1 607	1 150	-28,5%	-457
Transporte y almacenamiento	1 490	1 192	-20,0%	-299
Información y comunicaciones	314	277	-11,8%	-37
Actividades financieras y de seguros	296	272	-8,0%	-24
Actividades inmobiliarias	288	226	-21,5%	-62
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1 361	1 168	-14,2%	-193
Administración pública, educación y salud	2 627	2 145	-18,4%	-482
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación	2 106	1 490	-29,3%	-616

**Fuente:** DANE (2020) en OIT (2020)

Ahora bien, el análisis por sectores económicos los efectos de la pandemia también ocasionaron un incremento sustancial en algunos de estos sectores por tanto la industria manufacturera fue uno de los más afectados en la disminución de ocupados con un porcentaje del -17% como se evidencia en la tabla.

Por otro parte, las grandes marcas también percibieron la alteración de las restricciones obligatorias frente a la crisis económica causada por COVID 19 a la que se vieron las ventas reflejadas. La OIT (2020) de manera puntual presenta las siguientes cifras: Las ventas de Adidas en así, particularmente en China se redujeron en un 80% en los dos primeros meses del 2020 y hay estimaciones de que para esta misma marca las perdidas en Estados Unidos alcancen un monto de US 1.130 millones de dólares. Ralph Lauren estima que pierde cerca de 70.000 millones de dólares en ese mismo país y GAP alrededor de 100 millones. Para Inditex, se han cerrado 3.785 tiendas en 39 mercados, cifra cercana al 50 por ciento del total de negocios de este tipo y sus ventas línea se redujeron en 24,1 por ciento durante la primera quincena de marzo de 2020. Los mercados bursátiles no fueron ajenos a esta crisis, las acciones de casi todas las grandes marcas, (p.ej: Adidas, Gap, H&M e Inditex) aportaron su cuota de sacrificio.

De acuerdo con Fenalco (2021) uno de los sectores más importantes para la economía nacional del país es el sector textil-confección, este aportando al PIB de Colombia entre el 6% al 8% sector que también por es atacado constantemente por las importaciones. Por otro lado, Jorge Iván Acosta Calao (2020) se apoya en el análisis estadístico del DANE (2020) al sostener que las importaciones:

Durante el año 2019 el cierre de las importaciones en valores CIF 1 fue por COP 52.702.624.272,09 en comparación con el año 2018 que fue de COP 51.230.567.184,14, registrando un crecimiento del 2.87%. Los países que participaron fundamentalmente en el crecimiento de las compras internacionales en Colombia fueron: China (20,8%), Estados Unidos (25,2%) y México (7,4%), con una sumatoria entre todos de 53,4 puntos porcentuales. (Acosta, 2020. P. 4: 48).

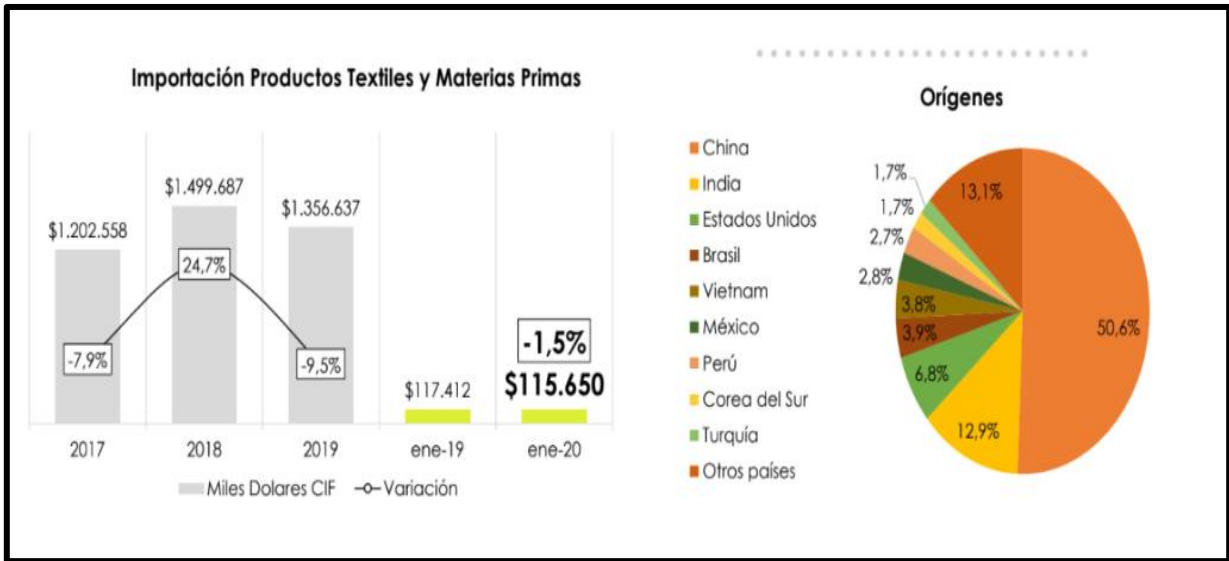
En efecto a las problemáticas de años anteriores con relación a los incrementos en las importaciones, se puede analizar que el sector textil-confección busca diferentes métodos de sobrevivencia a incrementos periódicamente en las importaciones. Una de las potencias mundiales donde China más del 50% de sus productos están afectando la economía colombiana. Según el DANE los productos que afecta al mercado local de origen chino son: confección, calzado, textiles, bisutería, celulares.



En este sentido se comprende que las importaciones de origen chino, impacta con millones de prendas de vestir provenientes de este y otros países con precios a bajos costo, provoca desequilibrios en la producción, distribución y comercialización en el mercado local. Evidentemente de estos factores, los empresarios están obligados a cerrar sus negocios prescindiendo sus trabajadores o por otro lado saltar a la informalidad y el contrabando que garantice niveles competitivos en el marco del comercio leal.

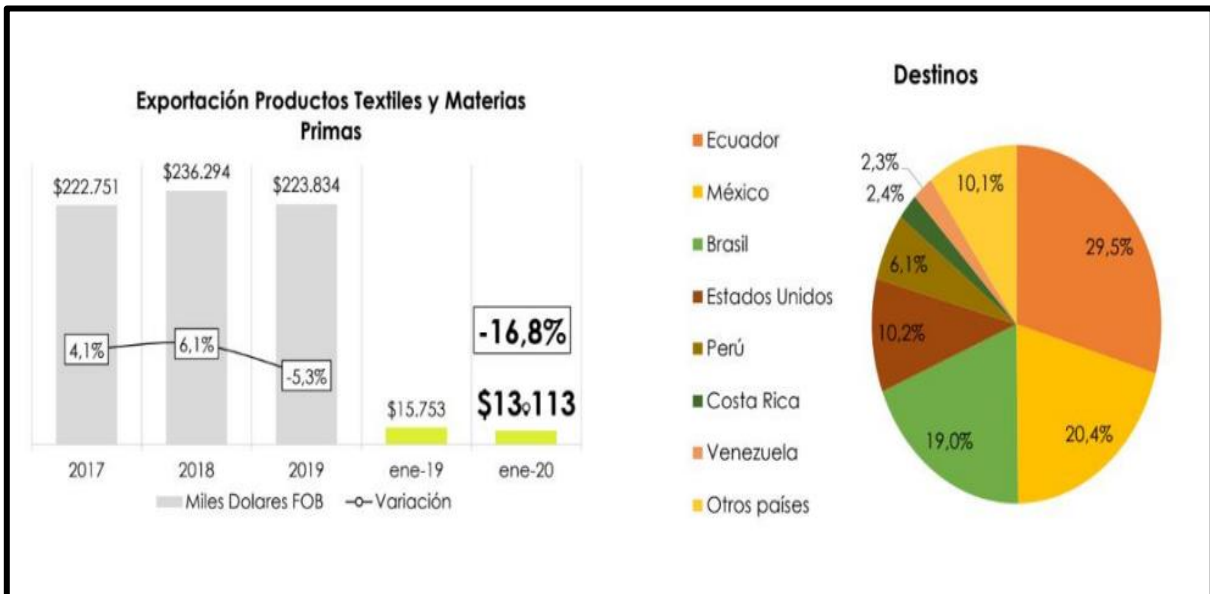
Por otra parte, cabe resaltar que Colombia depende en gran manera de las importaciones, muchas de las materias primas como las cremalleras provienen del extranjero hacen parte de los productos terminados del mercado local. Estas materias primas son el rompecabezas en la estructura de los empresarios del sector textil-confección, pero los altos costos de estos procesos ocasionan demoras en la logística de la comercialización de los productos en distribuidores y consumidores finales. Este factor genera que los productos colombianos aumenten sus precios y por tanto se convierta en desventajas para competir con los mercados provenientes de China y el resto del mundo que ingresan al país con precios demasiado bajos.

La grafica de importación de productos textiles y materias primas se evidencia que el proveedor principal fue China con más de la mitad de las compras colombianas (50,6%), seguido de India con 12,9 %. También se observa a que para el 2019 hubo una caída del 9,5% respecto al año 2018 que había venido creciendo a ritmos de casi el 25%, dentro de la balanza comercial del sector se observa un claro déficit, para el año 2019 se importaron en miles de dólares CIF 1.356.637 y solo se exportaron 223.834 miles de dólares CIF, dando como resultado un saldo negativo de 1.132.803 dólares. Lo anterior da muestra de la vocación importadora del sector.



**fuentes:** Inexmoda (2020) en Acosta (2020)

De la misma manera en la exportación de los productos textiles y de materias primas ha tenido un decrecimiento del 5,3% para el año 2019, y para enero del 2020 respecto al mismo mes la variación fue de un -16,8%. Los principales destinos fueron Ecuador, México, Brasil y Estados Unidos. Como lo hace entender la graficas de exportación productos y textiles y materias primas



**Fuente:** Inexmoda (2020) en Acosta (2020)

## Empresas exportadoras de prendas de vestir

	NIT	Razón Social Exportador	Valor FOB dólares
1	800206584	Comercializadora Internacional Jeans S.A.S	\$ 58,273,173
2	811044814	Sociedad De Comercializacion Internacional Girdle & Lingerie	\$ 50,402,795
3	890100783	Industrias Cannon De Colombia S.A.	\$ 37,423,719
4	890901672	Crystal S . A . S	\$ 36,903,693
5	800130149	Supertex S.A.	\$ 20,923,281
6	860001777	Industrias Inca S.A.S.	\$ 16,315,947
7	805003626	Stf Group S.A.	\$ 14,638,354
8	800227956	Comercializadora Internacional El Globo S.A.S.	\$ 7,943,759
9	860027136	Textilia S A S En Reorganizacion	\$ 6,615,532
10	860015204	Ciplas S.A.S.	\$ 6,353,239
11	900708883	Vivell S.A.S.	\$ 5,452,334
12	800152825	Sociedad De Comercializacion Internacional Keracol S.A.	\$ 4,978,708
13	800080027	Expofaro S . A . S .	\$ 4,972,401
14	900310573	Ci Manufacturas Model Internacional S.A.S.	\$ 4,881,397
15	890312535	Spataro Napoli S.A.	\$ 4,873,410
16	860516806	Permoda Ltda	\$ 4,686,520
17	800106884	Dugotex S. A. En Reorganizacion	\$ 4,439,271
18	900461923	C.I. Laima S.A.S.	\$ 4,390,311
19	900342297	Comercializadora Arturo Calle S.A.S.	\$ 4,360,227
20	805015744	Denim Factory S. A	\$ 4,289,547

**Fuente:** Inexmoda (2018) en Martínez Rotta, M. A. (2019)

La tabla anterior muestra las principales empresas exportadoras de prendas de vestir la forma de comercializar productos terminados para luego exportarlo a diferentes mercados internacionales. Entre los que se encuentran México, Estados Unidos, Chile entre otros países receptores que gustan las prendas de vestir de Colombia por sus diseños deportivos, casuales al momento de combinar las prendas de vestir.

## Empresas exportadoras de materias primas textiles

	NIT	Razón Social Exportador	Valor FOB dólares
1	890903474	Enka De Colombia S.A.	\$ 62,527,724
2	860000452	Manufacturas Eliot S.A.S.	\$ 53,434,708
3	860001965	Textiles Lafayette Sas	\$ 19,922,731
4	890900308	Fabricato S.A.	\$ 16,375,297
5	890900285	Compañía De Empaques S.A	\$ 14,895,373
6	900060476	Encajes S.A.Colombia	\$ 11,973,982
7	860001963	Protela S.A	\$ 6,962,199
8	891400379	Textiles Omnes S.A.	\$ 3,774,221
9	890900265	Coats Cadena Andina S.A.	\$ 3,652,342
10	830083392	Productora De Textiles De Tocancipa S.A	\$ 3,391,216
11	890900259	Coltejer S.A.	\$ 3,019,141
12	860033245	Industria Textil Colombiana S.A.S	\$ 2,810,738
13	800021390	Geomatrix S.A.S	\$ 2,101,551
14	830078262	Tejidos Especiales Sas	\$ 1,719,480
15	800165815	Textiles 1 X 1 S.A.S.	\$ 1,546,015
16	800229665	Unifi Latin America S.A.S	\$ 1,541,825
17	900962644	C.I. Papecolve S.A.S.	\$ 1,526,069
18	890113508	Finotex S.A.	\$ 1,349,151
19	890211562	Tejidos Sinteticos De Colombia S.A.	\$ 1,280,138
20	900242967	C I Millenium Internacional S.A.S	\$ 1,154,276

**Fuente:** Inexmoda (2018) en Martínez Rotta, M. A. (2019)

La tabla anterior demuestra las empresas productoras de materias prima que no solamente dependen de otras materias primas internacionales, sino de si misma entre esas empresas están Coltejer, Fabricato, Lafayette que han sobrevivido ante las adversidades a las fuerzas externas de la historia de la industria del sector textil-confección. Lafayette es una de las empresas colombianas con gran volumen en las exportaciones en un nivel promedio para competir tanto en calidad como en precio.

Jorge Acosta Calao (2020) se apoya en el concepto de contrabando (Unidad de Información y Análisis Financiero – UIAF; DIAN, 2006). afirmando que:

El contrabando es una práctica ilegal por el ingreso de mercancía al territorio aduanero nacional (TAN) sin el cumplimiento de la normatividad vigente aduanera y sin el pago de los impuestos dispuestos para nacionalizar este tipo de mercancías, este contrabando puede ser abierto o técnico. Abierto se refiere al ingreso de mercancías al TAN ocultándose de la autoridad aduanera y haciéndose a través de lugares no habilitados por el organismo rector aduanero del país como lo es la DIAN, buscando la evasión del pago de impuesto como el IVA, aranceles y demás (...). El contrabando técnico tiene que ver con las mercancías que ingresan al TAN a través de la autoridad aduanera pero que con maniobras fraudulentas como la subfacturación, sobrefacturación y posiciones arancelarias diferentes tratan de eludir el pago de impuestos y así beneficiarse de esta situación. (Acosta (2020, p.27:48).

Según Acosta (2020) hablando del contrabando son esas actividades ilícitas en el comercio a las cuales se enfrenta diferentes sectores de la economía del país, la evasión del IVA entre otros impuestos, alteración de etiquetas y marcas que frenan las estrategias y el posicionamiento de productos locales. Los gremios del sector se están viendo en la necesidad de crear estrategias con apoyo del gobierno nacional para mitigar un poco dicha problemática. Es por esto por lo que agremiaciones del sector solicitan rápidamente mayores controles en las actividades ilegales que permitan emplear mejor sus estrategias para captar clientes ante los efectos de la pandemia COVID 19 y posicionarse tanto local como internacionalmente.

Por otro lado, María Camila Pérez Godoy (2021), periodistas de Portafolio un tema que preocupa al gremio textil-confección y el gobierno nacional es combatir el contrabando, a través de la Cámara Colombiana de Confección y Afines comentó Camilo Rodríguez presidente de la CCCA, (Pérez 2021).

El contrabando es hoy prácticamente uno de los destructores de los textiles y las confecciones, así como de otros sectores intensivos en mano de obra. Pero no solo afecta a las manufactureras, sino también al sector comercial (Pérez 2021).

En otras palabras, el contrabando son esas actividades ilegales que afecta a todos los sectores de la economía nacional retrasando las proyecciones, y por ende la competitividad sana en un entorno complejo. Según CCCA, una de cada tres prendas que ingresan al país son de contrabando práctica ilegal que destruye enormemente a los pequeños empresarios en las etapas de crecimiento, de acuerdo con Juan Fernando Loaiza especialista en investigación económica de Inexmoda, en 2019 el total de mercancías incautadas ascendió a \$298.000 millones y en 2020 a \$318.000: esto representa en 2019 un 1.1% del gasto total en moda y en 2020 un 1.4%. En los últimos meses la Dirección de Gestión de Política Fiscal y Aduanera viene incautando 24.000 elementos en caídas \$326.000 millones de prendas de vestir y la caída de 12 contenedores de textiles de contrabando.

Ahora bien, los empresarios de la industria textil-confección se encuentran cada vez más preocupados ante el crecimiento constante del contrabando motivo que impulso a solicitar soluciones urgentes al gobierno nacional lo que originó la expedición de la ley 1762 de 2015 conocida como la ley Anti-contrabando. López Amaya (2020) se apoya en las declaraciones que sostiene El tiempo (2020) al sostener que:

Después de la ley Anti-contrabando y hasta el año 2019, el 24% de las incautaciones correspondían a textiles, y de acuerdo a (sic) las afirmaciones en ColombiaTex por parte del director de la Policía Fiscal y aduanera, el contrabando le cuesta sector textil un total de 3.000 millones de dólares al año, siendo uno de los sectores más afectados, y adicional a esto, el contrabando se usa para lavar dinero (López, 2020, p.32:57).

Sin duda alguna, una de las mejores estrategias implementadas por el gobierno nacional fue la Ley Anti-contrabando, le dio aire, respaldo, apoyo a la industria local equilibrando la balanza comercial entre las importaciones y exportaciones. Estas normatividades en otro sentido permiten competitividad y crecimiento en el sector tanto laboral como empresarial.

En términos generales el sector textil-confección es unos de los sectores mas importantes de todos sectores productivos de la economía nacional donde se percibe un gran aporte al PIB y generación de empleo. El sector en años anteriores incluso en la actualidad se ha visto empañado por malas prácticas comerciales ilegales en algunos comerciantes que vienen debilitando el aparato productivo y logístico de sector a tal punto de acabar con empleos y

bajonazos en los ingresos. El marketing se ha convertido en gran solución para mitigar un poco el impacto de estas prácticas implementando estrategias digitales que permitan mejorar rentabilidad mitigando un poco el impacto de las actividades comerciales ilícitas.

## **Conclusión**

La llegada del COVID 19 a Colombia en un principio se convirtió en un reto para empresarios de los diferentes sectores económicos en primer lugar salvaguardando sus empresas y segundo proteger el empleo. Las medidas implementadas por motivo de la emergencia sanitaria provoco enormes perdidas y cierres absolutos del comercio, panorama nada alentador con el paso del tiempo. La pandemia debilito circunstancialmente las probabilidades de crecimiento en un sector que aporta gran empleabilidad las cuales sus proyecciones eran prometedoras y que actualmente viene recuperándose lentamente con estrategia de marketing.

No solamente la pandemia llego para hacer estragos. al contrario, permitió que las empresas innovaran sus procesos captando nuevos mercados a tal punto de confeccionar elementos de bioseguridad para trabajadores de la salud y sociedad en general. En otro sentido durante el primer cierre obligatorios se perdieron miles de trabajos dando como resultado 2.7 millones de empleos perdidos a nivel nacional durante los primeros seis meses del año 2020 según el DANE. Estas cifras se vieron reflejada en las grandes marcas donde tuvieron que cerrar sus tiendas, bajar salarios entre otros factores la cual pronuncio miles de millones de perdidas.

Para conducir los mercados internacionales las importaciones, el contrabando seguido del de la pandemia COVID 19 afecto al comercio local conllevando a un desastre como ha sucedido en el país en los últimos años, conduciendo como se observó a la pérdida de empleos, reducción en la productividad, en los ingresos, en la disminución de la oferta de productos locales entre otros que conducen pérdidas para Colombia



## Referencias

Acosta Calao, J. I. (2020). Análisis sobre la incidencia de las importaciones de origen chino el sector textil de la economía colombiana. Obtenido de:

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/763/Importaciones%20origen%20chino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Benítez-Escobar, K. N., & Padilla-Caviedes, I. M. (2021). Retos del sector textil colombiano ante la entrada de productos de la China y la devaluación de la moneda (2014-2019). Obtenida de:

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1523/BenitezEscobar-KarenNataly-2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Fenalco (21 de junio de 2021). Preocupación en el sector textil por inconvenientes en la producción y altos costos en materia prima. Boletín de Prensa. Obtenido de:

<https://www.fenalcoantioquia.com/blog/preocupacion-en-el-sector-textil-por-inconvenientes-en-la-produccion-y-altos-costos-en-materia-prima/>

Pérez, M. (28 de Julio de 2021). En Colombia, una de cada tres prendas es de contrabando. Portafolio. Obtenido de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-colombia-una-de-cada-tres-prendas-es-de-contrabando-554523>

Pinto, F. D. A. (2007). Planificación estratégica de marketing. Perspectivas, (20), 67-104. Obtenida de: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331006.pdf>

Suarez, S., Labrador, H. E., & Suarez, A. S. (2020). Marketing en tiempos de crisis generado por la COVID-19. Revista Espacios, Vol. 41 (42) Art. 17. pp.199-206. Obtenido de: <https://revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p17.pdf>

OIT (2020) Impacto de la COVID-19 en las Mipymes colombianas. Colombia: OIT / Oficina de la OIT para los Países Andinos, P. 87 Disponible en:

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_774974.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_774974.pdf)

Martínez Rotta, M. A. (2019). Análisis de medidas por parte de la DIAN frente al contrabando en el sector textil y su impacto en la economía colombiana. Análisis de medidas por parte de la DIAN frente al contrabando en el sector textil y su impacto en la economía colombiana (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá. Recuperado de [http://hdl.handle.net/20.500, 12494, 15270](http://hdl.handle.net/20.500.12494.15270). Obtenido de: [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15270/2/2019\\_Martinez\\_Importaciones\\_Contrabando\\_leyes.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15270/2/2019_Martinez_Importaciones_Contrabando_leyes.pdf)

López Amaya, Z. V., Prias Barrera, V. A., & Vivas Molina, H. C. (2020). Competitividad del sector textil en Colombia. Recuperado de: [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/28501/1/2020\\_competitividad\\_sector\\_textil.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/28501/1/2020_competitividad_sector_textil.pdf)