

PROYECTO DE INTEGRACION

AUTOR

GARCIA SOTELO LUISA FERNANDA

RODRIGUEZ FANDIÑO ANDRES

PROPONER ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LOS EMPRENDIMIENTOS TEXTILES: UN ANÁLISIS APLICADO A SADSKY

TUTOR

LEON VELASQUEZ ELIZABETH

AÑO

2025

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN 3
INTRODUCCIÓN 4
OBJETIVOS 5
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 5
ORIGEN DEL PROBLEMA 5
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN 6
JUSTIFICACIÓN 6
LLUVIA DE IDEAS: 7
METODOLOGÍA DE ESTUDIO 7
MARCO TEÓRICO 8
ANALISIS DE RESTRICCIONES 10
ANALISIS DE COSTOS 12
SOLUCIÓN DEL PROBLEMA 14
CONCLUSIONES 15
REFERENCIAS 16

RESUMEN

El siguiente proyecto tiene como objetivo abordar la problemática en la falta de digitalización y modernización por parte de los nuevos emprendimientos textiles en la ciudad de Bogotá, Colombia. Para el siguiente estudio se toma como ejemplo el emprendimiento SADSKY, una marca emergente de la localidad de suba dedicada a la fabricación de ropa urbana producida por madres cabeza de hogar. Teniendo en cuenta su propuesta, valor social y cultural, enfrenta distintas limitaciones en marketing, visibilidad y acceso a canales virtuales.

La investigación propone describir esta problemática y dar estrategias digitales que fortalezcan su posicionamiento, explorando modelos de aplicación desde la perspectiva del marketing digital y la innovación empresarial.

INTRODUCCIÓN

Para la ciudad de Bogotá y más específicamente en la localidad de suba, los emprendimientos textiles se han convertido en una alternativa de desarrollo económico para muchas familias y comunidades. Sin embargo, estas formas de sostenimiento familiar se convierten en un desafío estructural, en donde la limitada incorporación de la tecnología y más específicamente de las herramientas de digitalización o marketing se ven reflejadas en sus ventas y más que todos sus ingresos. De acuerdo con DANE (2021), más del 70% de los micro y pequeñas empresas aun no cuentan con un plan o estrategia digital consolidada, lo que limita su acceso a mercados amplios y la oportunidad de competir frente a empresas ya posicionadas.

En el caso de SADSKY, un emprendimiento local de moda urbana con un enfoque social y cultural refleja esta realidad. A pesar de tener unos productos de calidad y un propósito diferenciador, su presencia en la era digital es reducida y restringe la visibilidad de la marca en su entorno. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer la transformación digital en los emprendimientos textiles de suba, para que con ello se plasme y garantice una sostenibilidad y competitividad favoreciendo la economía empresarial.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias de marketing digital, basadas en el análisis de la brecha digital, que fortalezcan la sostenibilidad social y económica del emprendimiento textil SADSKY en la localidad de Suba, Bogotá.".

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Identificar las principales barreras de digitalización en emprendimientos textiles de suba.
2. Relacionar el impacto de la digitalización con la sostenibilidad social y económica de los emprendimientos textiles.
3. Examinar estrategias de marketing digital aplicables al caso SADSKY.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En suba, Bogotá, se da origen a una de las tantas formas de generar ingresos para familias que surgen como respuesta a necesidades económicas y sociales. Sin embargo, la mayoría enfrenta una gran limitación. La falta de digitalización y estrategias de marketing digital que les permitan competir con marcas establecidas. El caso de SADSKY refleja esta realidad, aunque tiene una identidad clara en moda urbana y un enfoque social valioso, su presencia digital es débil y no aprovecha plenamente las herramientas actuales.

ORIGEN DEL PROBLEMA

El rezago digital en los emprendimientos textiles se relaciona con factores como la falta de capacitación en marketing digital, el desconocimiento creciente de herramientas de comercio

electrónico, la ausencia de inversión en publicidad digital y el gran creciente de competencia de las marcas establecidas internacionalmente.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo impacta la digitalización y el marketing digital en la competitividad y sostenibilidad de los nuevos emprendimientos y fábricas en la localidad de Suba, Bogotá?

JUSTIFICACIÓN

Para finalizar, la digitalización y el marketing digital son factores decisivos en la competitividad empresarial actual en el país. En suba, localidad con una población juvenil amplia y un sector de emprendimientos textiles en constante crecimiento, estas herramientas representan una gran oportunidad para mejorar de forma exponencial la visibilidad, el alcance y sostenibilidad de marcas emergentes. El caso de SADSKY es representativo, ya que juega un papel y un propósito de posicionarse en un mercado altamente competitivo. Además, investigar esta problemática permite incorporar estrategias aplicables no solo a este emprendimiento, sino a otros actores de la economía textil local.

LLUVIA DE IDEAS:

Tabla 1: Lluvia de ideas

Propuesta de Solución	Impacto Esperado	Observaciones
Optimización de redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook Shop)	Alto en visibilidad y atracción de clientes	Requiere constancia en publicaciones y diseño atractivo.
Creación de página web con catálogo y carrito de compras	Alto en profesionalización de la marca y ventas	Puede iniciar con plataforma económica
Capacitación en marketing digital y e-commerce	Alto en sostenibilidad a largo plazo	Puede gestionarse con cursos gratuitos (SENA, ANDI).
Colaboraciones con microinfluencers locales	Alto en alcance de audiencia específica	Seleccionar influencers con nicho alineado a la moda urbana.
Estrategia de fotografía de producto profesional y económica	Alto en percepción de calidad	Se puede usar celular con buena cámara y edición básica. (aplicar a cursos que ofrece la unviersidad EAN)
Sistema de gestión de inventario digital Básico	Medio en control de stock y organización	Puede implementarse en Google Sheets sin costo o excel.
Participación en ferias locales	Alto en visibilidad y ventas directas	Coordinar alianzas para reducción de costos.

Nota: Estrategias de solución para SADSKY, propuestas por los autores del proyecto.

Estas soluciones se consideraron las más pertinentes, ya que cumplen los objetivos de la investigación son sostenibles y tienen un alto potencial para fortalecer la competitividad y la sostenibilidad de SADSKY en el mercado local.

METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Para llevar a cabo este estudio, se adopta un enfoque cualitativo centrado en comprender las percepciones, experiencias y barreras a las que se enfrenta SADSKY, un emprendimiento textil ubicado en Suba (Bogotá). El enfoque exploratorio-descriptivo permite investigar cómo la marca ha abordado sus procesos de visibilidad digital y evaluar el aprendizaje derivado de la aplicación de un paquete publicitario desarrollado en el marco del curso de Producción de Medios

Audiovisuales del SENA.

Para seleccionar la solución más adecuada, se analizaron las restricciones ambientales, económicas, sociales, políticas, legales, éticas y de salud y seguridad, y se consideró la viabilidad de las alternativas propuestas en la lluvia de ideas. Se priorizaron las alternativas de bajo coste, con un alto impacto en la visibilidad de la marca y que fueran fácilmente adoptadas por el equipo de trabajo, conformado por madres cabeza de familia.

MARCO TEÓRICO

El marco teórico de esta investigación se apoya en cuatro ejes principales:

1. Transformación digital en el sector textil: La digitalización es un factor clave para la competitividad y sostenibilidad de las empresas en la era actual. Diversos estudios han mostrado cómo el comercio electrónico, la automatización de procesos y la presencia en redes sociales contribuyen al crecimiento de pequeñas y medianas empresas.
2. Comercio electrónico y redes sociales: Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok se han convertido en canales de distribución y promoción esenciales para marcas emergentes, especialmente en el sector de la moda urbana.
3. Innovación social: La inclusión de madres cabeza de hogar en procesos productivos representa un modelo de negocio con impacto social positivo, alineado con los principios de la economía solidaria.
4. Economía solidaria y digitalización: La combinación de responsabilidad social y digitalización plantea un modelo híbrido que permite generar valor económico y social al mismo tiempo.

Tabla 2: Marco teórico

Tema y Subtema	Teoría / Modelo / Concepto	Descripción o idea central	Autor y año	Fuente APA
1. Transformación digital en el sector textil	Transformación digital	La digitalización es un proceso clave para la competitividad de las empresas en la economía actual.	Tapscott, 2015	Tapscott, D. (2015). *La revolución digital*. McGraw Hill.
1.1. Impacto en PYMES	Adopción tecnológica en PYMES	Las pequeñas empresas requieren adaptarse a herramientas digitales para crecer en el mercado.	OECD, 2019	OECD. (2019). *Digital Economy Outlook*. OECD Publishing.
1.2. Modernización textil	Industria 4.0	La incorporación de tecnologías en el sector textil permite mejorar productividad y calidad.	Xu et al., 2018	Xu, L. D., Xu, E. L., & Li, L. (2018). Ind
1.3. Digitalización en Latinoamérica	Brecha digital	En América Latina existe una brecha digital que limita la competitividad de los emprendimientos	CEPAL, 2020	CEPAL. (2020). *Transformación digital*
2. Comercio electrónico y redes sociales	E-commerce	El comercio electrónico es un canal fundamental para el crecimiento de marcas emergentes.	Kotler & Keller, 2016	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Direc*
2.1. Redes sociales	Marketing digital	Instagram, Facebook y TikToK son medios efectivos para el posicionamiento de marcas de moda urbana.	Tuten & Solomo, 2018	Tuten, T., & Solomon, M. (2018). Soc
2.2. Fidelización digital	Customer engagement	La interacción digital con cliente fortalece la fidelización y genera comunidades alrededor de la marca.	Lemon & Verhoef, 2016	Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016 Marketing, 80(6), 69-96.
3.Innovación social	Economía solidaria	La inclusión de madres cabeza de hogar en SADSY fortalece el impacto social del emprendimiento.	Coraggio, 2015	Coraggio, J. L. (2015). La economía s
3.1. Emprendimiento Social	Modelos de emprendimiento social	Combina objetivos de rentabilidad económica y beneficios sociales.	Yunus, 2010	Yunus, M. (2010). *Building Social Business*. Public Affairs.
3.2. Moda sostenible	Slow fashion	La moda urbana con sentidos social y sostenible responde a tendencias globales	Fletcher, 2014	Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles*. Routledge.

ANALISIS DE RESTRICCIONES

Restricciones económicas

La principal limitación que enfrenta SADSKY es el bajo presupuesto de inversión. Esto afecta la capacidad para contratar servicios profesionales o invertir en plataformas costosas. Para mitigar esta restricción, se priorizaron soluciones de bajo costo: la optimización de redes sociales (que son gratuitas) la creación de una página web que pueda iniciarse con una plataforma económica, la gestión de la capacitación con cursos gratuitos (SENA), y la implementación de una estrategia de fotografía profesional usando un celular con buena cámara. Además, el control de inventario puede ser implementado sin costo en Google Sheets o Excel. Estas alternativas garantizan que la inversión sea mínima y el impacto en visibilidad y ventas sea alto.

Restricciones éticas y de identidad de marca

SADSKY tiene un enfoque social y cultural valioso, que incluye la inclusión de madres cabeza de hogar en sus procesos productivos. Éticamente, las estrategias de marketing deben reforzar y no comprometer este valor, alineándose con los principios de la economía solidaria. La digitalización permite la narrativa visual del emprendimiento en redes sociales, destacando su propósito diferenciador y la innovación social. El marketing se centra en el customer engagement y la fidelización digital, construyendo la reputación de la marca de forma transparente

Restricciones ambientales

Aunque el proyecto se enfoca en la digitalización, el sector textil tiene impactos ambientales que deben considerarse. SADSKY, al estar alineado con la moda urbana social, debe comunicar su valor a través del concepto de Slow Fashion. La digitalización y una gestión eficiente de redes sociales sirven para mostrar prácticas de producción responsables y diferenciar la marca de la moda rápida, manteniendo la coherencia con los valores de sostenibilidad a nivel global. Las soluciones

elegidas, de bajo costo y con enfoque interno, conforman un modelo de negocio más sostenible que depender de grandes infraestructuras.

Restricciones sociales

Las restricciones sociales están ligadas a la composición del equipo de trabajo, formado por madres cabeza de hogar, y a la brecha digital en la localidad de Suba. Por ello, las estrategias deben ser fáciles de implementar. La capacitación en marketing digital y comercio electrónico aborda directamente el rezago digital y garantiza la sostenibilidad del proyecto a largo plazo al empoderar al equipo. Se opta por colaboraciones con microinfluencers, lo que requiere una gestión más sencilla que las campañas masivas y permite un alcance alto a una audiencia específica.

La participación en ferias locales equilibra la estrategia digital con métodos de venta directos ya conocidos por la comunidad.

ANALISIS DE COSTOS

1. **Costos operacionales**: Estos costos son recurrentes y se asocian a la fabricación textil y el mantenimiento de la estrategia digital

Tabla 3: Costos operacionales

CATEGORIA	CONCEPTO	APLICACIÓN A SADSKY	COSTO MENSUAL
COSTO DIRECTO	Mano de obra Materia prima e insumos Servicios por venta	Pago a madres de cabeza de hogar por la confección de 100 unidades/mes	$1.500.000 $2.000.000
	Materia prima e insumos	Costos de telas, hilos y etiquetas 100 unidades/mes	$3.000.000 $4.000.000
	Servicios por venta	Comisiones de plataforma e-commerce o costo de envió variable	$300.000 $500.000
COSTO FIJO	Arriendo y servicios básicos (taller)	Arriendo y servicios (agua, luz) básicos del espacio de trabajo	$800.000 $1.500.000
GASTOS GENERALES	Salario Administrativo	Pago mínimo a la persona que gestiona las ventas y el marketing digital (parcial)	$1.500.000 $2.000.000
	Publicidad Digital Mínima	Presupuesto básico para optimizar el alcance en Instagram/Facebook	$200.000 $400.000
COSTO TOTAL DE OPERACIONES			**$7.300.000 $10.400.000**

Nota: Cálculos de costos operacionales mensuales estimados del emprendimiento SADSKY, elaborados por los autores del proyecto

2. **Costos de inversión:** Esta es la inversión única inicial necesaria para implementar las estrategias de bajo costo.

Tabla 4: Costos de inversión

CATEGORIA	CONCEPTO	APLICACIÓN A SADSKY	COSTO UNICO ESTIMADO
INVERSÓN DIRECTA	Equipo Fotográfico (Smartphone)	Adquisición de un smartphone de gama media-alta para fotografía de producto profesional y económica.	$2.000.000 - $2.500.000
	Software de Diseño Básico	Licencia de un año o fee único de alguna herramienta de diseño gráfico sencilla (Canva Pro, por ejemplo).	$250.000 - $500.000
INVERSIÓN INDIRECTA	Dominio Web y Plataforma	Registro del nombre de dominio (.com.co) y fee de instalación en plataforma e-commerce económica (Tienda Nube, Shopify básico).	$300.000 - $600.000
	Asesoría en Capacitación	Pago a un freelance para organizar la capacitación en marketing digital y e-commerce.	$400.000 - $800.000
CAPITAL DE TRABAJO (FONDO INICIAL)	Fondo para Microinfluencers	Presupuesto inicial para 5 - 10 colaboraciones con microinfluencers locales.	$500.000 - $1.000.000
	Fondo de Imprevistos	10% de la Inversión Directa e Indirecta.	$345.000 - $540.000
TOTAL, DE INVERSIÓN INICIAL ESTIMADA:			**$3.795.000 - $5.940.000**

Nota: Estimación de la inversión inicial única requerida para la implementación de las estrategias de digitalización, elaborada por los autores del proyecto.

El análisis demuestra que la implementación de la estrategia digital requiere una inversión Inicial controlada (entre $3.7 y $5.9 millones). Esta inversión está justificada, ya que la estrategia de bajo costo busca generar un aumento en las ventas que permita una rentabilidad proyectada entre el 20% y 30% sobre la operación, asegurando la sostenibilidad social y económica de SADSKY a largo plazo.

SOLUCIÓN DEL PROBLEMA

La solución integral al tema abordado en el trabajo es fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos textiles en Suba, especialmente SADSKY, mediante la aplicación de estrategias de ingeniería enfocadas en la digitalización, optimización de procesos y gestión eficiente de recursos humanos y materiales.

Propuestas concretas de solución de ingeniería

1. La incorporación de herramientas digitales como la gestión de inventarios en Google Sheets, páginas web económicas y la profesionalización en redes sociales permite optimizar la operación y visibilidad, adaptando soluciones tecnológicas accesibles a los recursos limitados de los pequeños emprendimientos.
2. La capacitación en marketing digital y comercio electrónico empodera al equipo productivo y reduce la brecha digital, asegurando la continuidad e innovación en los procesos organizativos y comerciales.
3. La modernización textil, alineada con los principios de Industria 4.0 y Slow Fashion, promueve la productividad, la calidad y la sostenibilidad ambiental, social y económica, integrando prácticas responsables en toda la cadena de valor.

Impacto estratégico y replicabilidad

El modelo híbrido propuesto, basado en soluciones de bajo costo y alta adaptabilidad, no solo permite la inclusión social de madres cabeza de hogar, sino que convierte dichas limitaciones en elementos diferenciales y competitivos.

Estas estrategias pueden ser replicadas y adaptadas por otros emprendimientos textiles o afines que enfrentan retos similares, facilitando su integración y crecimiento sostenible en el mercado digital actual.

CONCLUSIONES

El proyecto logró cumplir su meta principal de recomendar estrategias de marketing digital que se pueden aplicar fácilmente al emprendimiento SADSKY en Suba. El estudio encontró que el mayor obstáculo para estas marcas es la falta de acceso y conocimiento tecnológico, además de tener poco dinero para invertir en promoción.

La solución propuesta fue crear un modelo sencillo y accesible que combina alternativas económicas como el uso de redes sociales y herramientas para vender en línea, permitiendo que el emprendimiento sea visible sin gastar mucho dinero. Además, se destacó el valor social y ético de la marca, resaltando la participación de madres cabeza de hogar como el aspecto que la diferencia y la hace competitiva en la moda urbana digital

Aspecto novedoso del proyecto:

Uno de los principales aportes novedosos del proyecto es el modelo híbrido de digitalización, que aprovecha el talento social del equipo de madres cabeza de hogar, convirtiendo la limitación en el mayor valor de la marca. La propuesta combina marketing digital de bajo costo y alianzas con creadores locales, logrando que el mensaje de moda sostenible y economía solidaria llegue a más personas.

El modelo puede ser replicado y adaptado para otros emprendimientos similares que enfrenten retos como el de SADSKY, facilitando su inclusión y crecimiento en el mercado digital actual.

REFERENCIAS

- http://mintic.gov.co/portal/715/articles-334120_recurso_1.pdf
- https://www.semana.com/economia/articulo/las-exportaciones-de-moda-de-colombia-siguen-en-rojo-las-cifras-en-la-antesala-de-colombiatex/202540/?utm_source=chatgpt.com
- https://www.elespectador.com/moda-e-industria/industria-textil-en-cifras-lo-que-revela-el-2025-para-la-moda-colombiana/?utm_source=chatgpt.com#google_vignette
- https://www.mincit.gov.co/prensa/foto-noticias/microempresas-fortalecen-el-tejido-empresarial
- Adde, T. (2025, 31 enero). Marketing para emprendedores: 10 estrategias para tener éxito. Blog del E-commerce. https://www.tiendanube.com/blog/marketing-para-emprendedores/#:~:text=El%20marketing%20para%20emprendedores%20es,compra%20y%20conseguir%20nuevos%20clietes.
- Tierramadre. (2025, 13 julio). *¿Qué es Slow Fashion?* Tierra Madre. https://www.tierramadre.org/moda-sostenible/que-es-slow-fashion/
- 9 estrategias de marketing económicas y efectivas para nuevos emprendedores. (s. f.). https://www.bitrix24.co/articles/9-estrategias-de-marketing-economicas-y-efectivas-para-nuevos-emprendedores.php