

Análisis sobre la influencia del contrabando y la informalidad comercial, para la creación de empresas de confecciones de ropa infantil en Bogotá

Presentado por: Marleni

Niño Ciranicicua

mnino_0@universidadean.edu.co

Universidad EAN

Facultad de Ciencias Económicas

Seminario de Investigación Postgrado Especialización en
Inteligencia Comercial y de Mercadeo Bogotá 09/06/2024


Análisis sobre la influencia del contrabando y la

Problema de Investigación	7
Pregunta de investigación:	8
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Justificación:	9
Conveniencia de la Investigación	9
Relevancia Social	10
Implicaciones Prácticas	10
Valor Teórico	10
Utilidad Metodológica	10
Marco Teórico	11
Emprendedor	11
Empresa privada	11
Comercialización	12
La industria textil	12
Ropa	13
Toma de Decisiones	14
Entorno Empresarial	15
Fracaso Empresarial	16
Arquetipos de la Moda	16
Comportamiento del mercado 2023 - 2024	18
1. Contrabando	18
Medidas del gobierno para contrarrestar el contrabando	26

2. La informalidad Comercial	27
Medidas para contrarrestar la informalidad	31

Marco institucional	31
Metodología	33
Enfoque de la Investigación	33
Definición de Variables	34
Variable Criterios y preferencias de compra	35
Variable motivaciones emocionales de compra	35
Variable hábitos de compra	35
Diseño de la investigación	36
Población y Muestra	36
Técnicas de análisis de datos	37
Análisis FODA	37
Instrumentos para recolección de datos.....	39
Análisis de información	42
Resultado de las Entrevistas.....	42
Resultado de las Encuestas:.....	45
Conclusiones de las encuestas:.....	56
Conclusiones	¡Error! Marcador no definido.

Tabla de Ilustraciones y Gráficos

GRÁFICO 1 EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES Y CONTRABANDO ENTRE 2018 Y 2023	21
GRÁFICO 2 EVOLUCIÓN DEL CONTRABANDO SECTOR TEXTILES 2018-2023	22
GRÁFICO 3 OCUPACIÓN INFORMAL ENERO- MARZO 2024.....	28
GRÁFICO 4 MICROEMPRESAS ACTIVAS POR LOCALIDAD EN BOGOTÁ 2024.....	29
GRÁFICO 5 PORCENTAJES ENTREVISTAS APLICADAS	42
GRÁFICO 6 TOPR OF MINDE MARAS	43
GRÁFICO 7 SITIOS PREFERIDOS DE COMPRAS	44
GRÁFICO 8 MOTIVACIONES D COMPRA	44
GRÁFICO 9 RANGOS DE EDAD.....	46
GRÁFICO 10 GENERO	46
GRÁFICO 11 LOCALIDAD.....	47
GRÁFICO 12 NIVEL EDUCATIVO.....	48
GRÁFICO 13 OCUPACIÓN	48
GRÁFICO 14 INGRESOS MENSUALES	48
GRÁFICO 15 INGRESOS.....	49
GRÁFICO 16 FRECUENCIA DE COMPRA	49
GRÁFICO 17 MODALIDADES DE COMPRA.....	50
GRÁFICO 18 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COMPRA.....	50
GRÁFICO 19 VALOR PROMEDIO DE COMPRA	51
GRÁFICO 20 EXPERIENCIAS NEGATIVAS DE COMPRA.....	51
GRÁFICO 21 CONOCIMIENTO SOBRE EL CONTRBANDO	52
GRÁFICO 22 COMPRAS DE DUDOSA PROCEDENCIA	52
GRÁFICO 23 INFLUENCIA DE LA CALIDAD	53
GRÁFICO 24 OBSERVACIÓN DE COMERCIO INFORMAL	53
GRÁFICO 25 IMPORTANCIA DE LA LEGALIDAD EN LAS OMPRAS	54
GRÁFICO 26 INVERSIÓN POR CALIDAD	54
ILUSTRACIÓN 2 CONTRABANDO LOCALIDAD DE ENGATIVÁ.....	24
ILUSTRACIÓN 3 CONTRABANDO LOCALIDAD ANTONIO NARIÑO.....	24
ILUSTRACIÓN 4 CONTRABANDO EN ENGATIVÁ Y ANTONIO NARIÑO.....	25
 ILUSTRACIÓN 5 ZONA MADRUGÓN EN BOGOTÁ.....	30

Resumen

La industria textil en Colombia representa impactos económicos con una dinámica influyente para el PBI. Nuestro país cuenta con empresas y diseñadores reconocidos de alta talla mundial que día a día se esfuerzan por representarnos a nivel nacional e internacional.

En este trabajo se realizó un análisis del entorno en el sector de las confecciones resaltando el impacto comercial, social, económico y ecológico con aspectos como el contrabando y la informalidad; los cuales interfieren no solo en el crecimiento del sector sino también en la economía nacional.

Para esto se desarrollaron técnicas y herramientas que permiten evaluar la viabilidad de emprender un negocio de confección de ropa infantil para niños entre 0 a 10 años en la ciudad de Bogotá, concluyendo que los aspectos estudiados siempre han existido y que hay oportunidades siempre y cuando se desarrollen fuertes estrategias comerciales que permitan permanecer y competir dentro del mercado.

Palabras claves: *Industria textil, empresa privada, toma de decisiones, emprendimiento, riesgos en el desarrollo empresaria*

Summary

The textile industry in Colombia represents economic impacts with an influential dynamic for the GDP (Gross Domestic Product). Our country has recognized world-class companies and designers who strive every day to represent us at a national and international level.

In this work, an analysis of the environment in the clothing sector was carried out, highlighting the commercial, social, economic and ecological impact with aspects such as smuggling and informality, which interfere not only with the growth of the sector but also with the national economy.

For this, techniques and tools were developed to evaluate the viability of starting a business manufacturing children's clothing for children between 0 and 10 years old in the city of Bogotá, concluding that the aspects studied have always existed and there are opportunities as long as they are developing strong commercial strategies that allow them to remain and compete within the market.

Keywords: Textile industry, private company, decision making, entrepreneurship, risks in business development

Problema de Investigación

La industria textil en Colombia ha tenido un crecimiento importante durante los últimos años, particularmente el sector de las confecciones presenta cambios debido a la competitividad, innovación, calidad y mano de obra entre otros. Según el informe Industria textil colombiana y su crecimiento mediante Innovación y competitividad el sector textil ocupa el 9,23% el Producto Interno Bruto (PIB) industrial ayudando a generar empleo para más de 600 mil personas en el país. Así mismo, se ha recuperado después de la pandemia con una economía dinámica logrando exportar a otros países como Estados Unidos, Ecuador, México, Perú, Costa Rica, Chile, Panamá, Guatemala y Brasil. (2023, Ministerio de Industria y Turismo).

Tomando como referencia la información de Blue Radio sobre el informe del DANE, en el primer trimestre del año 2024 se menciona que hubo un incremento del Producto Interno Bruto (PIB) general del 0,7%. Sin embargo, en el sector de las confecciones, se observó una caída del 5,9% en periodos iguales entre 2023 y 2024, dado que el sector de manufactura se ha reducido notablemente (Blue Radio, 2024).

En una entrevista con el vocero de Camacol, el Sr. Jorge Duque, mencionó que en el sector se encuentran "muy preocupados porque esto es una enfermedad técnica que viene no solo de este año y el año anterior sino de muchos años"., señaló los principales problemas que sigue teniendo el sector: contrabando, aranceles de insumos, falta de producción de algodón (que debe ser importado) y pérdida de empleos, con 300.000 en trabajo informal y 100.000 en trabajo formal (Blue Radio, 2024).

El ministro de Hacienda, en un artículo publicado en El Tiempo, coincide en los factores que representan una amenaza para la economía colombiana, tales como el contrabando, los altos costos en la materia prima, los aranceles, la informalidad y el desempleo (Ciguenza Riaño, 2024). Ante esta situación, el ministro y el representante de la Cámara de Infraestructura han solicitado al gobierno en una rueda de prensa que se acelere la aprobación de un proyecto para modificar la normativa aduanera, con el fin de establecer controles contra el contrabando, el cual ha impactado en la caída del sector de confección en un 13,8% en el año 2023 (Ciguenza Riaño, 2024).

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados en los artículos anteriores, surgen dudas en cuanto al decrecimiento en el sector textil en los últimos dos años, motivo por el

cual en este trabajo se analizaron los principales factores internos y externos que afectan directamente al sector y que influyen al momento de tomar decisiones para crear empresas de confecciones, para este caso puntual en la confección de prendas infantiles en la ciudad de Bogotá, con el propósito de identificar la realidad del entorno empresarial.

Pregunta de investigación:

¿Qué influencia tienen el contrabando y la informalidad comercial en la ciudad de Bogotá para crear una empresa de confecciones para ropa de niños en edades de 0 a 10 años?

Objetivos

Objetivo general

Identificar el impacto del contrabando y la informalidad comercial en Bogotá para determinar la viabilidad de crear empresa de confecciones de ropa para niños y niñas de 0 a 10 años.

Objetivos específicos.

- Investigar las modalidades del contrabando y la informalidad comercial en Bogotá en confecciones para ropa infantil.
- Determinar los intereses y hábitos de compra en el sector de confecciones de ropa infantil en Bogotá.
- Encontrar las oportunidades y desafíos para la creación de una empresa de confecciones infantiles en Bogotá, teniendo en cuenta la problemática del contrabando y la informalidad comercial.

Justificación:***Conveniencia de la Investigación***

La presente investigación permite identificar qué factores como el contrabando y la informalidad de algunos negocios en el sector de la confección, afectan directamente el precio, la calidad y la estabilidad de las empresas legalmente constituidas, hay pérdidas económicas por la evasión fiscal y las condiciones de contratación informal, generando malestar y pobreza en el mercado textil.

"La problemática de la informalidad y el contrabando afecta gradualmente la tasa de desempleo, como lo expone el trabajo de grado 'La tercerización laboral en el sector de confección: Un análisis sobre el impacto en las condiciones de vida para las trabajadoras de satélites de confección en Bogotá, Colombia', realizado por Orjuela Dávila, Laura Ximena y Vargas Piernagorda, Nicolás (Facultad de Administración y Economía, Bogotá Economía, 2022). Este estudio aborda otro factor influyente en el sector textil de Bogotá, relacionado inicialmente con la tasa de desempleo en Colombia durante 2017, donde el 13,6% correspondió a mujeres y el 8,0% a hombres. Para 2021, estas cifras cambiaron a un 10,0% para hombres y un 16,8% para mujeres, según datos del DANE.

Por otro lado, la competencia desleal es otra consecuencia derivada del contrabando y la informalidad, obligando a las empresas legalmente establecidas a reducir precios, lo que a menudo las lleva a considerar abandonar el negocio".

El propósito es identificar la realidad sobre el comportamiento actual en la producción y comercialización de confección de ropa infantil para definir parámetros y estrategias comerciales que ayuden a contrarrestar las amenazas mencionadas.

El sector de la confección gira en una economía dinámica y no solo se debe competir con el precio sino también con calidad y diseños ajustándose a las tendencias de la diversidad y preferencias de los consumidores.

Relevancia Social

El resultado de esta investigación permitirá evaluar el punto de partida para emprender un negocio de confecciones en ropa infantil en la ciudad de Bogotá trayendo los métodos y técnicas utilizados para este trabajo, los cuales ayudaran como análisis y soporte en las tomas de decisiones.

Implicaciones Prácticas

Al analizar la información recopilada para esta investigación, se podrá obtener una visión clara del panorama del sector de confecciones de ropa infantil en la ciudad de Bogotá. Esto permitirá la preparación y adopción de estrategias corporativas y comerciales necesarias para hacer frente a los riesgos que impactan el mercado textil

Valor Teórico

De acuerdo con (Ruiz, 2024)

La Teoría Del Valor Subjetivo – Qué Es, Definición Y Concepto, la estrategia de cooperación se aplica La teoría del valor subjetivo es uno de los conceptos fundamentales en economía. Según esta teoría, el valor de un bien o servicio no está determinado por sus características intrínsecas, sino por la percepción subjetiva que tiene cada individuo sobre su utilidad. Es decir, el valor de un bien o servicio se basa en la satisfacción que brinda a las necesidades y deseos de cada persona.

Teniendo en cuenta la definición mencionada y de acuerdo con los resultados obtenidos con la entrevista aplicada; es posible afirmar en las variables de preferencias y motivaciones de compra que las personas adquieren las prendas de vestir desde las necesidades y oportunidades de precio.

Utilidad Metodológica

Este seminario de investigación brinda una valiosa oportunidad para analizar la viabilidad de construir nuevas empresas en el sector textil. Al identificar los riesgos potenciales derivados del contrabando y la informalidad comercial, permite a los interesados tomar

decisiones, basadas en los resultados obtenidos a través de herramientas de recolección de datos.

Marco Teórico

Emprendedor

Según Daft (2024), "Los emprendedores corren riesgos, y cosechan los premios. Se exponen a los riesgos legales y financieros de la propiedad y reciben las utilidades". Daft también señala que los emprendedores son personas muy dinámicas que disfrutan de la presión de pagar facturas, cumplir plazos y administrar la nómina.

Donald, Kuratko y Hodgestt (1998) definen el "espíritu emprendedor como el proceso de iniciar una compañía organizando los recursos necesarios y asumiendo los riesgos y premios asociados" (García, Galindo & Roga, 1998, p. 345).

Empresa privada

"Según el artículo de "La Empresa Privada" por el Equipo editorial Etecè, los negocios o actividades económicas corresponden a que todos los accionistas son privados, lo que quiere decir que se administran por decisiones y voluntades propias. Sus principales intereses son la rentabilidad y buscar los beneficios a cambio de una venta competitiva mediante productos o servicios. Todas las empresas bajo esos parámetros son las llamadas "sector privado de la economía". También se cita que estas comenzaron en la época del Renacimiento cuando surgieron las primeras empresas formales destinadas al comercio internacional. Así mismo, se menciona que el estallido de las empresas privadas se debió a la ayuda de los estados monárquicos e imperiales quienes vieron "una forma de expansión política y económica durante el llamado mercantilismo" (Equipo editorial Etecè, año).

En conclusión, de acuerdo con lo citado por el autor de este artículo, se concluye que todos los triunfos o fracasos de una empresa privada son responsabilidad de los socios, independientemente de los factores externos que puedan afectar la operación del ejercicio, son sus directivos quienes toman las decisiones en el negocio.

Comercialización

De acuerdo con lo dicho por (Bernanke y Frank, 2007), “El proceso de comercialización es realizado en el mercadeo, por un lado, los compradores y por la otra los compradores existentes de un producto determinado” la comercialización es uno de los departamentos más importantes de una empresa, ya que su actividad reflejará el permanecer en el mercado o no. Se debe tener mucho cuidado para diseñar los planes y estrategias a seguir con la finalidad de lograr el objetivo de la creación de la empresa. La empresa.

La industria textil

De acuerdo con el artículo de por Lifeder (2020), dice que la historia de la industria textil nació con la Revolución industrial durante la segunda mitad del siglo XVIII con el invento de telares mecánicos, antes, se hacía mediante un proceso manual a través de hilados con una producción a menores escalas siendo las mujeres quienes lo realizaban y posteriormente se confeccionaban con un especialista llamado *sastre*. Gracias a la revolución industrial se produjeron inventos y avances que permitieron crecer y expandirse principalmente en Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos. Las siguientes son algunas de las invenciones a través del tiempo en la industria textil:

- La lanzadera volante; inventada por Jhon Kay en 1733, esta máquina optimizaba los tiempos de producción y reducía el número de empleados que tejían las fibras.
- Máquina hiladora; inventada por James Hargreaves en 1764, la cual permitía utilizar hasta ocho carretes para la fibra de algodón, también reducía los empleados en el proceso de hilado.
- Hiladora hidráulica; desarrollada por Richard Arkwright, utilizando una rueda hidráulica y la fuerza del agua para hilar y se debía situar cerca de ríos

Recuperado de: <https://www.lifeder.com/industria-textil/>.

Considero interesante esta corta historia sobre la industria textil ya que se nota el trabajo que poco a poco ha revolucionado el sector en el mundo. Como se lee en algunas

partes el desarrollo de nuevas tecnologías han desplazado la mano de obra de los seres humanos por las máquinas.

Ropa

Según el significado de la Diccionario La Lengua Española, define vestido como “Del gót. **raupa* 'botín²', y este der. del germ. **raupjan* 'pelar, arrancar'; cf. a. al. ant. *roufen*, al. *raufen*.” A partir de ahí aparecen las palabras “*Prendas de vestir*” definiéndolo como vestido, traje, vestimenta, ropaje, prenda, mecha. “Real Academia Española (2023) En Colombia tenemos diferentes culturas por lo cual tenemos una identidad en las prendas de vestir. Cada región tiene sus propios trajes de vestir y generalmente son representados en el folclor, ferias y fiestas. Según lo dicho en un artículo de Señal Colombia (2022; se dice que en lo que respecta a trajes típicos en Colombia, hay 5 prendas de vestir infaltables, a saber:

- La *Ruana*, utilizado principalmente en las zonas frías del país y esta prenda tiene reconocimiento de los días feriados, uno en Nobsa y la otra en Paipa. El segundo
- *El sombrero vueltaio*, el cual se diò a conocer mundialmente por el exboxeador *Miguel Happy Lora* y es utilizado principalmente en los departamentos de Sucre y Córdoba.
- Los turbantes usados por mujeres en las fiestas de San Basilio en Palenque son tambores en San Juan. Es usado también por mujeres afrodescendientes y en cada uno se pueden expresar sentimientos a través de sus diseños
- *Las alpargatas*, estas son fabricadas por fique, cocuiza o cuero y algunas partes las llaman cotizas o cocuizas, se utilizan mucho en el folclor y a veces en las regiones del departamento del Meta y por algunos campesinos de las zonas cafeteras y el último son
- Las *mochilas wayuu y arahuacas*, estas prendas se fabrican artesanalmente por indígenas *Wayuu*, ubicados en la Sierra Nevada de Santa Marta en los departamentos de Magdalena, Cesar y la Guajira y las mujeres expresan su cosmovisión y filosofía a través de ella, forman parte de los trajes típicos, pero con el tiempo se han hecho parte del interior y del exterior en el día a día. Con las prendas de vestir se puede notar que en Colombia hay mucha

partes el desarrollo de nuevas tecnologías han desplazado la mano de obra de los seres
oportunidad para incursionar en el mundo comercial del sector textil de
confecciones.

Toma de Decisiones

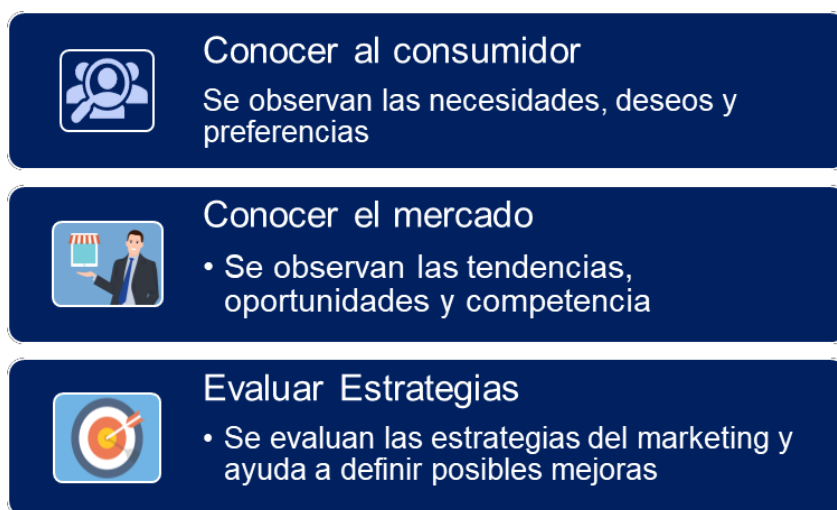
De acuerdo con lo escrito en el libro *Gerencia Integral para el siglo XXI*, Universidad EAN, pág. 119 & 120 por García, Bolívar & Roa (2011; dicen que, al construir una empresa, se requiere un alto sentido de responsabilidad por parte del gerente ya que las decisiones que se tomen constituyen el fracaso o el éxito de esta, las decisiones influyen en los colaboradores, accionistas, proveedores, clientes y a una comunidad. Se hablan de tres niveles de estrategias: Estrategia corporativa, estrategia a nivel o unidad de negocio y estrategia funcionales (mercadotecnia, o marketing, personal, finanzas, producción). También se menciona que las decisiones pueden ser internas o externas; las externas refiriéndose a política de mercadeo, política de competencia, estrategia de aprovisionamiento, relación de la empresa con comunidad, política de producción, política de financiamiento y política de dividendos. Actualmente las decisiones siguen teniendo el mismo enfoque y considero que cada vez se debe conocer más el entorno empresarial y los líderes y gerentes deben estar muy preparados para tomar las mejores decisiones en el momento indicado.

Kotler en el libro *“Los 10 pecados capitales del marketing”* (2004), habla del *“targeting”* (*Segmentación de mercados*); menciona *el pecado No,2* en el cual se refiere a la investigación de mercados o a la inteligencia de mercados donde los gerentes o líderes de mercadeo, deben tener capacidades para encontrar las características del público objetivo, los términos de consumo y donde compran para así poder dirigir la propuesta de valor para el producto o servicio a comercializar.

Por otro lado, otros autores como Malhotra, define el estudio de mercados como *“El proceso de recopilar y analizar información para guiar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing”* *One Marketing*.

En un artículo sobre *“Qué es la investigación de mercados según autores”*; se dice que Según Laura Fisher; en el libro *Introducción a la investigación de mercados* (1996). *“la Investigación de Mercados es un proceso de recopilación de información relevante para la toma de decisiones en el ámbito del marketing”* dice también que la información se puede conseguir en las *“encuestas, entrevistas, y análisis de datos entre otras”* también escribe sobre los **objetivos** que se deben tener en cuenta en una investigación de mercas, así:

Ilustración 1 Estrategias de Marketing



1Fuente; Elaboración propia con información “Los 10 pecados capitales del marketing

Por otro lado, habla sobre el **proceso** para lo cual relaciona los siguientes pasos a seguir en una investigación de mercados:

- Definición del problema: el cual se debe especificar claramente indicando lo que se pretende resolver en la investigación.

Diseño de la investigación: Se define la metodología a seguir, seleccionar la muestra y otros instrumentos a utilizar para el estudio de mercado.

Entorno Empresarial

De acuerdo con lo dicho por Montes, Méndez & Páez, (1996), de la Universidad EAN en el artículo Entorno Económico y Desarrollo Empresarial, Repositorio de revistas institucionales; “Al dirigir una empresa, generalmente se prevé controlar plenamente los factores internos y externos con la convicción de alcanzar los fines propuestos, sin embargo, normalmente esto se convierte en una frustración por la dura realidad en el mundo empresarial. Esto sucede tanto en los factores internos donde se cree que están controlados por la misma organización viéndose afectados ya que a veces es difícil mantenerlos. Sucede de la misma manera con los factores externos los cuales interfieren en las condiciones y voluntad de la organización. económico y desarrollo empresarial”, Estoy de acuerdo con este escrito y particularmente los factores internos y externos han cambiado después de la pandemia Covid-

19, y las organizaciones se han visto afectadas y las que se han sostenido se han tenido que reinventar en temas administrativos, tecnológicos, ambientales y comerciales. Las guerras también han generado cambios socioculturales, ambientales y económicos que afectan el entorno empresarial en todos los sectores de la industria a nivel mundial.

Fracaso Empresarial

De acuerdo con lo citado por Zárate, Y.P. (2020). (Tesis de maestría. Universidad EAN) Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/10271>.; “La Gerencia de proyectos es muy importante al momento crear una empresa de confecciones de prendas de vestir. Es necesario desarrollar una planeación estratégica que contemple todos los puntos necesarios sobre el negocio tales como administración, finanzas, adquisiciones, entorno del mercado, pagos a terceros, etc. esto con el fin de evitar el fracaso, el cierre prematuro, o llegar al estado de “ley de insolvencia” Según el escrito; es muy importante diseñar el proyecto o emprendimiento teniendo en cuenta los rubros administrativos y económicos, igualmente se deben fijar objetivos claros y específicos antes de comenzar un proyecto.

Arquetipos de la Moda

De acuerdo con lo dicho por el psicólogo Carl Jung, a definición de “arquetipos” donde considera que *“es un conjunto de símbolos fundamentales que dan forma a la personalidad, tales como valores, la visión del mundo y las creencias de las personas”* y por su parte con lo dicho en un Blog, Tiendanube, por Waisberg, Violeta (2023), definió 12 arquetipos de marca para guiar la identidad de un negocio, dice a y considera que *“en Marketing, los arquetipos son utilizados para establecer una conexión emocional con los consumidores y crean una identidad sólida y coherente”*, estoy de acuerdo con su apreciación en que tales características no corresponden al producto sino que se construyen a través de *“branding”* en este blog se relacionan 12 tipos de arquetipos de una marca con diferentes cualidades, todos enfocados a estimular sensaciones que transmitan diferentes emociones tales como : optimismo, alegría, ingenuidad, simplicidad, felicidad, sencillez, inspiración, coraje, motivación, perseverancia, determinación, pasión, originalidad, diferenciación, innovación, transformación, protección, poder, liderazgo. Considero que esas cualidades son necesarias para estar posicionado con

una marca en un mundo globalizado y es importante la innovación en tecnología con plataformas modernas como e-commerce y campañas de mercadeo y publicidad.

El uso de los arquetipos en la industria de la moda en Colombia: De acuerdo con un estudio realizado por Ceballos & Villegas (2014), Pág. 6, Estudios gerenciales, Universidad Eafit, se citó información relacionada con tratar de entender el “uso de arquetipos” en las compañías de moda en Colombia buscando la apreciación de los empresarios percibiendo el interés y las barreras para su integración. Mediante entrevistas a profundidad con algunos que tenían interés en el tema. Como conclusión en ese estudio se percibió que la mayoría de los empresarios entrevistados, aún estaban en una etapa de crecimiento ya que no contaban con una identidad para la marca porque aún estaban en la búsqueda. Dos de los obstáculos encontrados fueron: “el desconocimiento de los consumidores y el de tener las herramientas *que van en contravía de la cultura organizacional.*” En el contexto de mercadeo actual, para contrarrestar dos de los inconvenientes encontrados en el estudio, considero que es muy importante dar prioridad a realizar estudios de mercado y campañas con la finalidad de conocer al consumidor antes de definir la identidad de la marca y luego ajustarla a las necesidades del mercado, así mismo estar actualizados con herramientas tecnológicas y comerciales que aporten al desarrollo y crecimiento de la compañía.

Colombia es un país que participa activamente en el sector de la moda a nivel nacional e internacional. De acuerdo con información de Procolombia se dice que “la industria textil sigue teniendo una gran fuerza en el país ya que aporta el 9,45 del PB industrial y ofrece trabajo a más de 600.000 personas”

Para el año 2024 se prevén tres tendencias para la industria textil y del sector de confecciones, de acuerdo con un artículo de portafolio en diciembre 24 de 2023, así:

- Adaptabilidad en las telas: con una técnica llamada Adaptiv de Lycra la cual consiste en la adaptación de las telas ajustándolas en el cuerpo permitiendo así comprensión mayor comodidad en el movimiento.
- Comprensión Personalizable: orientada a una tecnología de compresión la cual ayuda a tener un control más preciso, puede ser ligero o fuerte en prendas dentro o fuera del cuerpo.
- Confort y Rendimiento: especialmente para prendas deportivas, se enfoca en la comodidad y en el rendimiento y tiene propiedades de compresión que

ayuda a controlar el movimiento en actividades como el ciclismo o algunos deportes, influyendo también en siluetas con prendas interiores o exteriores. Portafolio. (2023). Las cinco marcas textiles colombianas más prometedoras para el 2024.

Con esas tres técnicas, se pretende encontrar materiales cómodos que ayuden a la actividad deportiva sin interferir en la durabilidad ni con el contacto por mucho tiempo con la piel.

“Al respecto, **José Santos Gaviria, CEO de Protela**, comentó: *"Con estas revelaciones, representamos una manifestación de nuestro compromiso con el cambio y la evolución en la industria textil. Queremos mostrar que PROTELA está liderando el camino en networking, marketing, marca país, innovación y desarrollo"*. A pesar de las expectativas que se preveían para el presente año, según lo dicho por el ministro de hacienda en un artículo de El Tiempo; dijo sobre los factores que amenazan de una manera contundente a la economía colombiana, factores como el contrabando, los altos costos en la materia prima, los aranceles, la informalidad, el desempleo, etc. Ante esta situación, el ministro de hacienda y el representante de la Cámara de Infraestructura solicitan al gobierno en rueda de prensa que se acelere en aprobar el proyecto que modifique la actual normatividad aduanera con la finalidad de establecer controles contra el contrabando lo cual ha influido en la caída del sector de confección en el 13,8% en el año 2023. Ciguenza Riaño Noelia, El Tiempo, febrero 19, 2024

Comportamiento del mercado 2023 - 2024

A continuación, se analizarán los principales factores influyentes en el comportamiento actual de la industria textil:

1. Contrabando

De acuerdo con lo dicho en el artículo de Westreicher & López (2020), se dice que el contrabando es un delito, y que existen dos tipos:

- Se practica cuando se evade el control de aduanas en ocasiones buscando una ruta alternativa para ingresar o salir del país evitando así las restricciones
- Contrabando técnico; se trata de pasar mercancías mediante engaño, con información falsa

Así mismo, según lo dicho en otro artículo "*El Delito aduanero del contrabando*"; *Peña José, Peña Alejandro & Martínez* (2018 mencionan que el contrabando es un delito por el incumplimiento de obligaciones jurídicas como contribuyente al dejar de pagar las tasas o derechos de aduana, lo que quiere decir que el contrabandista se apropia de la contribución que le corresponde al estado, y esto va en contra del surgimiento de la economía de un país. El contrabando afecta a la economía de cualquier país, los gobiernos y ciudades principales deben definir leyes y normas para contrarrestar este problema, que afecta principalmente a las empresas comprometidas legalmente.

De acuerdo con información de la DIAN, se relacionan estadísticas sobre aprehensiones en el sector textil y permanentemente se habla de controles en los principales puertos y ciudades del país. Para este caso, durante el periodo de enero 1 a 2 de julio de los años 2022 y 2023 respectivamente, se relaciona una reducción de contrabando en millones de pesos en -11,3% (DIAN, 2023).

A pesar de lo mencionado en el artículo anterior, la entidad presentó un informe el 29 de abril del año en curso titulado "Contrabando en Colombia movió cerca de \$28 billones en 2023, confirma la DIAN" (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN], 2023). Según el director Luis Carlos Reyes, el valor total de las mercancías aprehendidas durante el año pasado ascendió a US\$1,1 millones por cada aprehensión. Reyes destacó que "hay un reto importante: medir actividades ilegales como el contrabando es difícil" y añadió que se han investigado métodos para optimizar la evaluación del problema. Además, mencionó que "desde la Dirección de Impuestos y Aduanas se está buscando una reforma estructural de la norma aduanera. El estatuto aduanero actual, de 2019, parece escrito por los contrabandistas. El nuevo está escrito con una visión que valora la legalidad y la industria nacional" (DIAN, 2023)

En el mismo informe se habla de "Las cifras del contrabando en Colombia en 2023" recalcando que el contrabando es un grave problema y que el 10% de las importaciones en Colombia corresponden a contrabando y que el valor de (US\$59.445 millones) es el que simboliza el 10% de las importaciones del PIB (Producto Interno Bruto) lo que quiere decir que el contrabando representa el 1%.

Por otro lado, se dijo que la DIAN calcula que el contrabando en Colombia para el año 2023 reflejó cerca de US\$7.000 millones de los cuales US\$6.335 corresponden a puertos ilegales y US\$599 millones en puntos fronterizos no controlados.

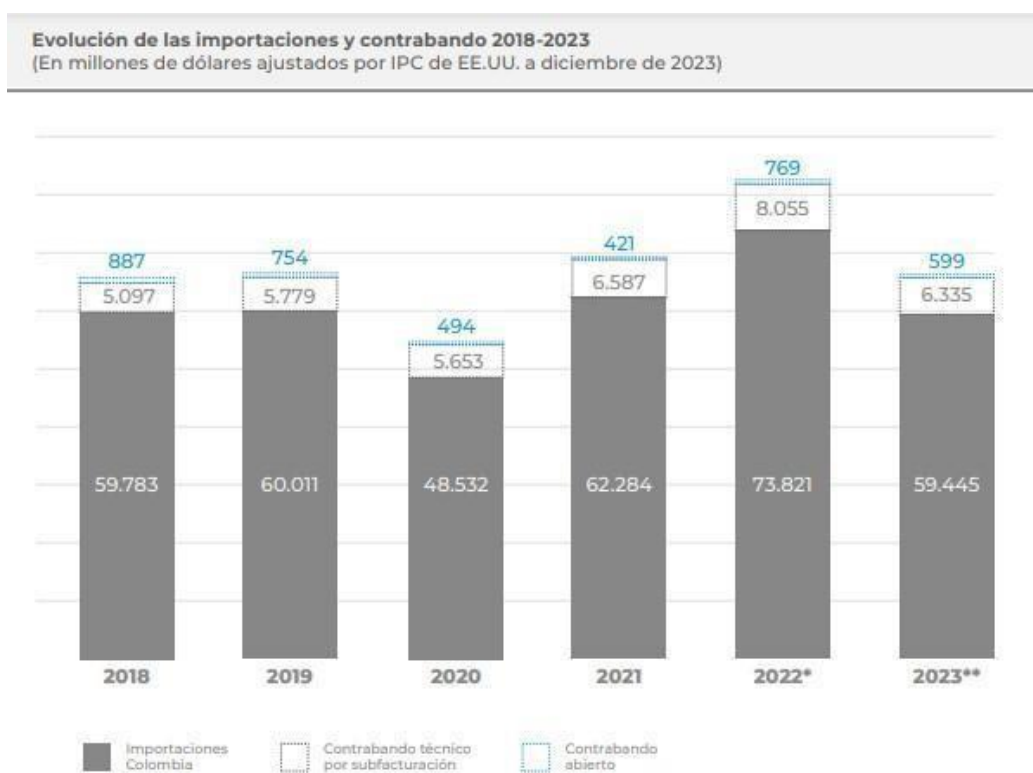
Continuando con el informe de la “Panorama del Contrabando en Colombia” DIAN (2024), se relacionan los siguientes países como los principales en enviar contrabando a Colombia : China, Estados Unidos, Bolivia, Panamá y Brasil, Alemania, India, Corea del Sur, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Suiza, Italia, Canadá, España, Hungría y Austria

- **Categorías del Contrabando**

La DIAN define en contrabando en dos categorías:

- a. **Contrabando Abierto:** a las mercancías que no tienen una declaración de importación por lo tanto no pagan impuestos y la mercancía puede tener un documento de exportación.
- b. **Contrabando técnico:** en esta modalidad la mercancía si trae una declaración de importación, pero esta viene con información errada y por lo tanto declara valores inferiores al valor real para evadir impuestos. Esta modalidad tiene una subcategoría que se llama “subfacturación” la cual consiste en declarar valores inferiores a los valores reales. Esas dos categorías, son las que más afectan a la economía del país por la disminución de recaudo fiscal
- c. Este gráfico muestra las tendencias de importaciones y contrabando en Colombia, destacando cómo el contrabando ha fluctuado en los últimos años. Los datos indican que en 2023 el valor del contrabando alcanzó los 6,335 millones de dólares, lo que representa una significativa reducción en comparación con el año anterior.

Gráfico 1 Evolución de las importaciones y contrabando entre 2018 y 2023



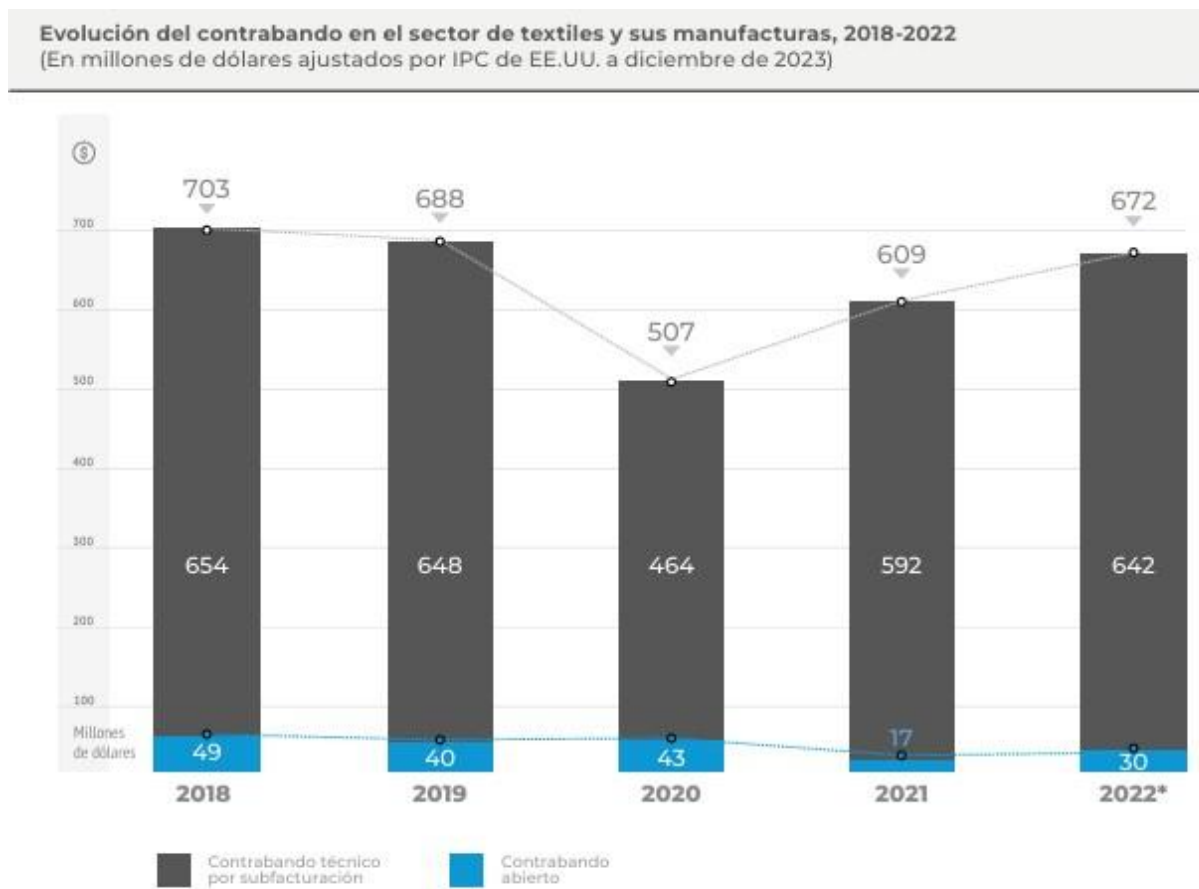
* Cifra preliminar del contrabando.

** Estimación del contrabando a partir del proceso de reversión a la media

Fuentes: bases oficiales de importaciones a Colombia para los años 2018 a 2023 (DIAN). Declaraciones de importación Formulario 500, Microdatos DANE Zonas Francas, Interoperabilidad entre la DIAN Puertos y las Zonas Francas, Declaraciones de importación Formulario 500 (material CKD), Declaración de importación simplificadas Formulario 510, Trade Map, Embajada de Uruguay y Contraloría de Panamá. Elaboración propia.

Fuente: Dian

Gráfico 2 evolución del contrabando sector textiles 2018-2023



*Cifra preliminar del contrabando.

Fuentes: Declaraciones de importación Formulario 500, Microdatos DANE Zonas Francas, Interoperabilidad entre la DIAN Puertos y las Zonas Francas, Declaraciones de importación Formulario 500 (material CKD), Declaración de importación simplificadas Formulario 510, Trade Map, Embajada de Uruguay y Contraloría de Panamá. Elaboración propia.

Fuente Dian

Para analizar la información proporcionada sobre el contrabando en el sector textil, podemos resumirla de la siguiente manera:

1. **Subfacturación Técnica:**

- Esta modalidad representa más del 90% del contrabando en textiles.

- Entre 2018 y 2022, hubo un promedio anual de subfacturación de \$600 millones de dólares en este sector.
- Los años con los mayores niveles de subfacturación fueron 2018 y 2022, con \$654 millones y \$642 millones de dólares respectivamente.

2. **Contrabando Abierto:**

- En el mismo período, el contrabando abierto de textiles fue de \$36 millones de dólares anuales en promedio.
- El año con el menor registro en esta categoría fue 2021, con \$17 millones de dólares, lo que representa menos del 3% del total del contrabando en el sector.

Estos datos sugieren que la subfacturación técnica es la principal modalidad de contrabando en el sector textil, siendo significativamente mayor en comparación con el contrabando abierto. Los niveles más altos de subfacturación se registraron en 2018 y 2022, mientras que el contrabando abierto tuvo su menor registro en 2021.

En lo referente a las noticias sobre el tema del contrabando, en Colombia generalmente se mencionan a Bogotá, Medellín, Cali, Cúcuta, Buenaventura entre otras.

○ **Contrabando en Bogotá:**

Bogotá es una ciudad grande que en la actualidad consta con 20 localidades (19 urbanas y una rural) de acuerdo con lo dicho por el DANE (2024) con información del “Código de la Infancia y la Adolescencia”, en Bogotá hay 1.13 millones de niños y niñas menores de 12 años, de los cuales 554,268 son niñas, representando el 49.0%, y 577,529 son niños, con un 51.0%. Esta información está basada en el censo de 2018 realizado por el DANE (DANE, 2024). Además, se estima que la población total de Bogotá en 2024 es de aproximadamente 7.90 millones de habitantes. En algunas de sus localidades hay una fuerte actividad en el comercio textil tales como Santafé, (San Victorino – el madrugón), Kennedy, Engativá, Suba, Chapinero entre otras. dentro de las localidades urbanas. (telencuestas.com, 2024).

Regularmente se reportan operativos de decomiso de productos textiles de contrabando en varios lugares de la ciudad. Se relacionan a continuación algunos ejemplos.

Ilustración 2 Contrabando localidad de Engativá



Fuente : Autoridades desmantelaron una red dedicada al contrabando de textiles en Bogotá

Según un informe de la Policía Fiscal y Aduanera, las autoridades desmantelaron una red dedicada al contrabando de textiles en Bogotá, logrando incautar más de 193,000 prendas de confección (Autoridades desmantelaron una red dedicada al contrabando de textiles en Bogotá, 2021)

Ilustración 3 Contrabando localidad Antonio Nariño



Fuente: Foto Policía Fiscal y Aduanera, Polfa.

Policía Fiscal y Aduanera. (2024, abril 19). La policía Fiscal y Aduanera en informó una noticia dando a c o n o c e r que de manera coordinada con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la fiscalía general de la Nación, la Agencia de Investigaciones de Seguridad Nacional de EEUU (HSI, por sus siglas en inglés) y la Armada Nacional, realizaron una gigantesca operación contra el contrabando. Gracias a labores de investigación y la información proporcionada por la ciudadanía, se logró establecer la existencia de dos bodegas y un local comercial en el barrio Policarpa, en el centro de Bogotá.

Rodríguez, N. (2024, marzo 8). En la localidad de Engativá, en Bogotá, la Policía Fiscal y Aduanera descubrió una bodega que contenía 240,000 unidades de confecciones provenientes de Estados Unidos. El valor estimado de los artículos incautados ronda los seis mil millones de pesos.

Ilustración 4 Contrabando en Engativá y Antonio Nariño



Fuente: Policía Fiscal y Aduanera

Caicedo, L. (17 de abril de 2024). El Coronel Yorguin Orlando Malagón, portavoz de la Policía Fiscal y Aduanera (Polfa), anunció recientemente una operación contra el contrabando de textiles en Bogotá. Gracias a información proporcionada por la ciudadanía, se localizaron cuatro bodegas en el *barrio Policarpa*, en el centro de la ciudad, y en el barrio *Villa Gladis* de Engativá. Dichas instalaciones eran utilizadas para el almacenamiento, distribución y venta de mercancía de contrabando. En total, se confiscaron 16,561 rollos de tela de origen asiático, valuados en \$31,470'000.000 de pesos. El coronel Malagón destacó que, en lo que va del año, la Polfa ha retirado del mercado ilegal en el país un total de 16,661 rollos y 861,000 metros de tela, valuados en \$32,125'683.000 de pesos.

Estas noticias ponen de relieve la importancia de la cooperación entre las autoridades y la ciudadanía para combatir el contrabando y proteger la economía local. También subrayan la necesidad de fortalecer los controles aduaneros y la vigilancia en áreas sensibles, como las localidades con fuerte actividad comercial textil.

Medidas del gobierno para contrarrestar el contrabando

Ante esta situación, el gobierno, en colaboración con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), encabezada por su director Luis Carlos Reyes, ha propuesto una serie de cambios en el Estatuto Aduanero para combatir el contrabando que afecta la economía de Bogotá y del país en general. Los cambios propuestos incluyen las siguientes medidas:

1. Reducir los tiempos de importación mediante nuevas tecnologías y se prolongarán las horas laborales del personal para extender la atención en aduanas.
2. Acelerar los procesos y que la DIAN implemente sistemas tecnológicos que permitan sistematizar la información agilizando los tiempos presentando la declaración anticipada con 48 horas a la llegada de la mercancía al territorio nacional. Obligando a los “En este momento, únicamente los importadores que traen textiles, calzado, partes de maquinaria y otros productos sensibles están obligados a hacer la declaración de importación anticipada, aunque otros usuarios se hayan acogido, de forma voluntaria, a este tipo de declaración”. Con esta medida se reducirán también los costos por conceptos de bodegajes DIAN. (2024, 18 de abril). El Nuevo Estatuto Aduanero potenciará la lucha contra el contrabando y agilizará el comercio internacional en Colombia.

En un artículo de HSB Noticias se habló de un artículo de la Revista Semana con respecto a lo expresado por el director de la DIAN La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y el Departamento de Prosperidad Social (DPS) con respecto a una alianza estratégica la cual incluye un plan de “recompensas” para quienes denuncien el contrabando. Esta estrategia no solo se encargará de distribuir la mercancía incautada, sino que también busca impactar la economía ilegal y fomentar la legalidad en las zonas afectadas por esta problemática.

Esta decisión fue publicada por la revista Semana, recalando que se implementará en mayo en Buenaventura y se extenderá a otras ciudades como Cartagena en junio. Bajo el lema «Denunciar paga», esta campaña anima a la comunidad a presentar denuncias, con el objetivo de incrementar la cantidad de mercancía incautada disponible para su distribución. HSB Noticias Dian y DPS la alianza que recompensará a quienes denuncien el contrabando (2024)

Las medidas propuestas por el gobierno y la DIAN representan un paso significativo en la lucha contra el contrabando en Colombia. La implementación de nuevas tecnologías para reducir los tiempos de importación y la extensión de las horas laborales del personal aduanero son estrategias que, sin duda, mejorarán la eficiencia en los procesos aduaneros.

La obligatoriedad de la declaración anticipada para ciertos productos sensibles y la posibilidad de que otros importadores se acojan voluntariamente a esta medida no solo agilizará el proceso de importación, sino que también reducirá los costos de almacenamiento. Esto es crucial para hacer frente a la problemática del contrabando, que afecta gravemente la economía nacional.

2. La informalidad Comercial

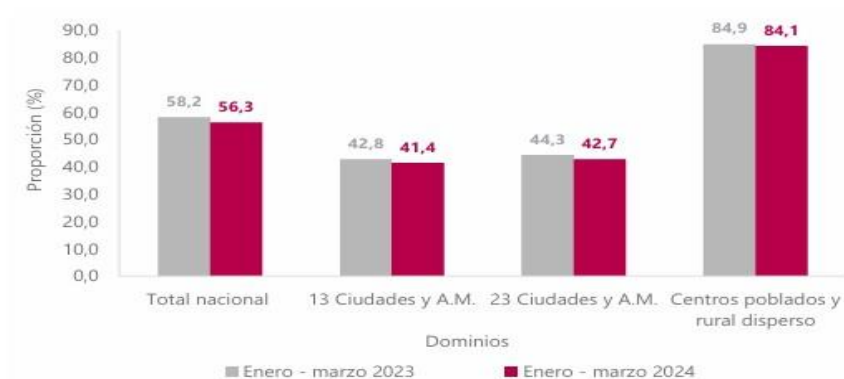
De acuerdo con la información de una tesis de la Universidad Nacional de Loja (2021), Ecuador sobre “Comercio informal y su incidencia en el desarrollo económico del país” se menciona que “asimismo el comercio informal procede de la necesidad que tienen los individuos de hacer actos de comercio pero que los tributos, ahora llamados contribuciones, son de tal manera gravosos que obligan al comerciante a trabajar sin pagar impuestos (Contreras Soto, 2007, pág. 92)”. Con respecto a lo dicho, considero que esto pudo haberse dicho en un contexto económico en el país y que no necesariamente se debe llegar hasta tal punto para dejar de pagar los tributos correspondientes, sino que esto hace parte de la toma de decisiones al momento de emprender.

Información sobre informalidad comercial en Colombia y en Bogotá Para comenzar revisamos un reporte del DANE con respecto a una pequeña reducción representada en el 1,4 de puntos porcentuales ya que en marzo de 2023 se reflejaba en 44.3% y en el mismo periodo para 2024 se observa el 42.7%. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2024). Empleo informal y seguridad social. Sin embargo, la informalidad sigue siendo más alta en las ciudades principales que en las zonas rurales. DANE (2024), Ocupación informal Trimestre enero – marzo 2024

Gráfico 3 Ocupación informal enero- marzo 2024

Ocupación informal Trimestre enero - marzo 2024

Gráfico1. Proporción de población ocupada informal
Total nacional, 13, 23 ciudades y A.M. y centros poblados y rural disperso
Trimestre enero - marzo (2023-2024)



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

A.M.: áreas metropolitanas.

Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados CNPV 2018.

Nota: el total nacional incorpora los dominios de ciudades capitales de los departamentos de la Amazonía y la Orinoquía y San Andrés.

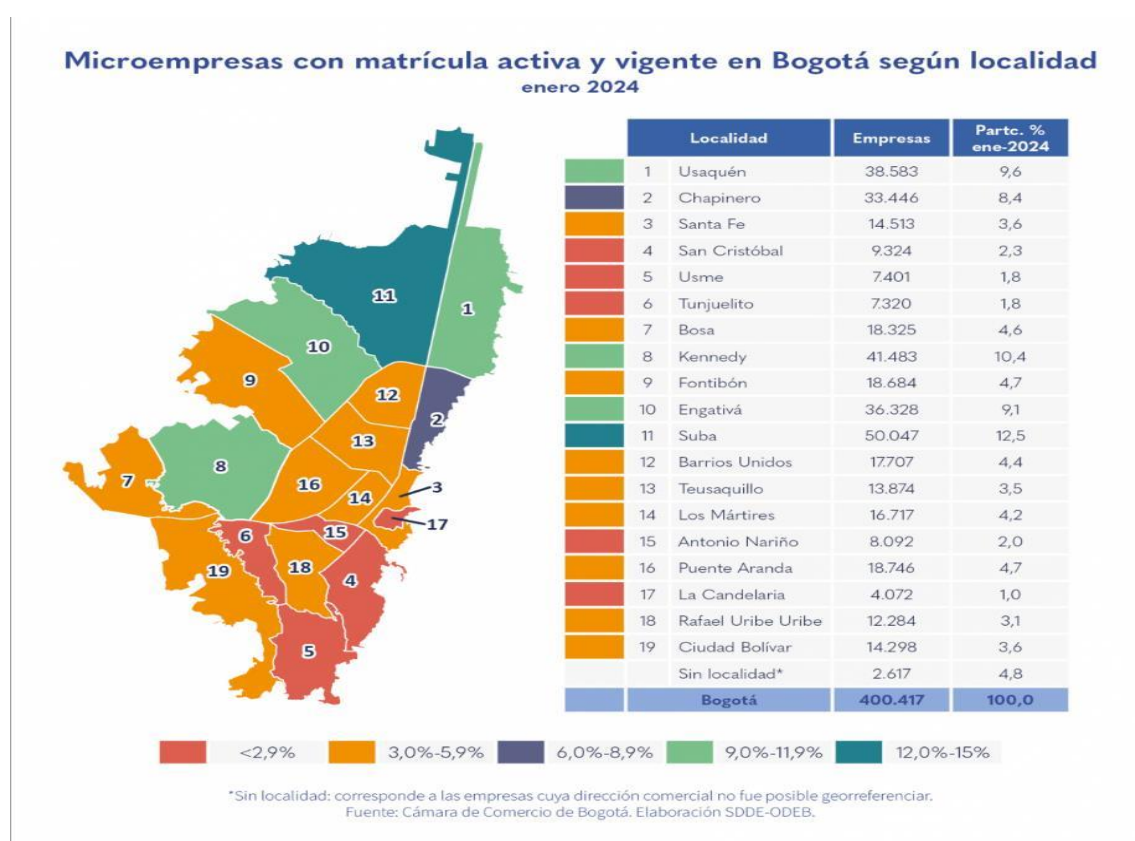
Fuente: Dane

Por otro lado, también se analiza un informe de la Alcaldía de Bogotá donde el Observatorio de desarrollo Económico (2024), dijo que en la Cámara de Comercio de Bogotá reportó a enero 2024 la totalidad de 432.784, empresas constituidas con un decrecimiento del 0,9 % con respecto al mismo periodo de 2024 donde se reflejaban 436.512. Así mismo, se constituyeron 6858 nuevas empresas. Alcaldía Mayor de Bogotá, Mosquera (2024), En enero de 2024 se crearon 6858 nuevas empresas.

En mayo 16 de 2024, en entrevista de Mañanas Blue, con el vocero de la Cámara Colombiana de la confección sr. Jorge Duque vocero quien dijo expresó "Muy preocupados porque esto es una enfermedad técnica que viene. No de este año y el año anterior, sino de muchos años, de nosotros estar luchando frente a unas necesidades básicas del sector (...) Entonces eso hace que este sector es una industria liviana que se puede colocar en cualquier parte. Que el 95 % de sus personas son de estratos 1 y 2, que son madres cabeza de familia, que muchas de las personas han sido tocados por el conflicto, pues empiecen a perder sus empleos en una industria, los motivos son la economía actual del país, el ya mencionado

anteriormente contrabando, los aranceles del 40%, el tener que importar el algodón ya que la Colombia no tiene la infraestructura para producir. Se han perdido 400.000 empleos en los últimos dos años el 75% son empleos informales (300.000 y formales 100.000) donde el que podría ser un halo de la economía del país” Redacción Blu Radio (Mayo 16 2024) Mañanas Blu <https://www.bluradio.com/economia/camara-colombiana-de-la-confeccion-ante-caida-de-la-industria-hemos-perdido-400-000-empleos-pr30>

Gráfico 4 Microempresas activas por localidad en Bogotá 2024



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá con información de Cámara de Comercio de Bogotá.

De acuerdo con información del Desarrollo Económico, se relaciona información sobre la disminución de creación de empresas en Bogotá, representada en el 0,9% durante el mes de enero con cifras de 432.784 para 2024 versus 436.512 el año 2023-, así mismo que en enero de este año nueva. Con esta información se observa que las localidades que más tienen microempresas activas son Suba con el 12,5%, seguida por Kennedy con el 10,4% y Usaquén

con el 9,6%, Engativá 9,1% y Chapinero con el 8,4%. Observatorio de Desarrollo Económico, “En enero de 2024 se crearon 6858 empresas”

Lo que se observa en esta gráfica es que las localidades de Santafé (3.6%), Antonio Nariño (2.0%) y Los Mártires (4.2%) presentan porcentajes muy bajos de formalidad. Estas zonas, situadas en el centro de la ciudad, son conocidas por su alto comercio de prendas textiles y otros productos al por mayor y al detal. En particular, las localidades de Antonio Nariño (Barrio Policarpa) y Santafé (sectores de El Madrugón, San Victorino y San Andresito) concentran el mayor número de negocios informales.



Ilustración 5 Zona Madrugón en Bogotá



Fuente: Revista Semana con información Centro Comercial El Gran San.

En lo que se refiere al sector del madrugón los comerciantes tienen horarios especiales para los días miércoles y viernes para grandes negociaciones de ventas con mayoristas desde las 3:00 hasta las 10:00 am.

Modalidades de informalidad en sector textil:

1. Satélites o talleres ubicados en diferentes barrios de las localidades de Bogotá
2. Negocios pequeños en sector de san Victorino, y madrugón y san Andresito
3. Vendedores ambulantes
4. Tiendas y misceláneas de barrio
5. Tiendas virtuales

Medidas para contrarrestar la informalidad

a. Por parte del gobierno, desde marzo de 2023, existe un proyecto de Ley para reformas en la reforma laboral el cual consiste en proponer mejoras en la seguridad social de los empleados como pago de horas extras, recargo nocturno, formalidad en los contratos laborales, reducción de horas de trabajo, etc. Aunque se han presentado posteriormente algunos cambios a ese proyecto, a la fecha continua en estudio. Vidaurre (2024), Situación actual de la reforma laboral impulsada por el gobierno.

b. Las empresas medianas y grandes apuntan a competir agresivamente a través de eventos nacionales e internacionales buscando mejorar en su producción en la calidad, adaptabilidad de las telas y confort.

c. Así mismo la Cámara de Comercio de Bogotá y el Sena, ofrecen cursos gratuitos que ayudan a los pequeños y medianos empresarios a fortalecer conocimientos y herramientas que ayuden a ponerse al día en documentación y asuntos legales de las empresas.

Como conclusión, considero que también sería importante que el gobierno ayudara a incentivar la legalidad mediante cursos para aclarar sobre la importancia de competir legalmente y así poder participar en actividades más grandes a nivel nacional e internacional. También realizar campañas que ayuden a la formalización de los negocios informales dándoles beneficios especiales.

Marco institucional

- **Cámara de Comercio de Bogotá:** es la entidad que representa a los empresarios en Bogotá, según escrito por la Cámara de Comercio (2023), dice que hay 59 municipios en Cundinamarca con la finalidad de “servir y asesorar a los nuevos emprendedores y empresarios buscando una sociedad más próspera y equitativa e incluyente”

Así mismo dice que todo comerciante está obligado a:

- a. Matricularse en el registro mercantil
- b. Escribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad
- c. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales
- d. Conservar con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con el negocio o actividad
- e. Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles y
- f. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal

- **Código de Comercio de Colombia:** Decreto 410 de 1971; art. 10: Según lo escrito en este decreto, se dice que *Comerciante*: “es o son las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles: la calidad del comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de un apoderado, intermediario o interpuesta

- **DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas:** es el organismo del gobierno encargado de la recaudación fiscal y la administración tributaria en Colombia recaudación. Al crear una empresa, se debe diligenciar el RUT, un documento con un número de identificación con el que identifica la empresa en todo momento. En Colombia todas las empresas constituidas deben presentar los siguientes informes:

- Impuesto de Renta
- Impuesto al valor Agregado IVA
- Retención en la Fuente
- ICA

Metodología

Enfoque de la Investigación

La investigación se desarrolló con técnicas de investigación mixtas enfoque cualitativo y cuantitativo, "De acuerdo con Tashakkori y Teddlie (2003, citados en Barrantes, 2014, p. 100), el enfoque mixto se refiere a un "proceso de recolección, análisis y síntesis de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio". Además, en algunos casos, este enfoque es denominado como "investigación múltiple e integrativa".

Para esta investigación se le dará el enfoque mixto con la finalidad de pretender encontrar una información más acertada con el tipo de variable cuantitativo & cualitativo, a través de una encuesta y una entrevista a profundidad.

Según el argumento de Bernal (2016) *El enfoque cualitativo*; son técnicas orientadas a profundizar casos específicos y no a generalizar, así mismo el objetivo no es medir sino cualificar, describir y comprender el fenómeno social objeto de estudio a partir de rangos determinantes pretendiendo buscar una situación social como un todo, también se menciona la conceptualización sobre la realidad basada en la información adquirida de la población estudiada. Los métodos a tener en cuenta corresponden a:

- Investigación acción participativa
- Investigación etnográfica
- Y teoría fundamentada

De acuerdo por lo dicho por (Zorrilla, 2000), *el enfoque cuantitativo* se considera como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas utilizando la observación del proceso, las características principales son:

- Recolección de datos y análisis
- Medición de parámetros
- Obtención de frecuencias
- Estadísticas de la población
- Análisis estadístico
- El enfoque es medible o cuantificable
- Recopilación de datos: En este paso, se busca información a través de técnicas como encuestas, entrevistas, observación, etc.

Definición de Variables

Según una tesis de investigación (2012), indican que la definición de variable dada por Hernández, Fernández y Baptista corresponde a una propiedad que puede variar y cuya variable es susceptible a medirse u observarse.

De acuerdo con lo dicho por (Bernal 2016), los tres tipos de variables son:

- Independiente: es todo aspecto, hecho o situación, rasgo etcétera que se considere como la “causa de” en una relación entre variables.
- Dependiente: Se conoce como la variable del “resultado” o “efecto” producido por la acción de la variable independiente
- Interviniente: Son todos aquellos aspectos, hechos y situaciones del medio ambiente, las características del sujeto/objeto de la investigación, etcétera, que están presentes o “intervienen” (de manera positiva o negativa) en el proceso de la interrelación de las variables independientes y dependientes. Dice (Bernal, 2016) que las variables deben conceptualizarse (definirlas) y operacionales (traducir la variable a indicadores; traducir conceptos hipotéticos o unidades de medición. (Bernal, 2016), libro Metodología de la Investigación Pàg.198-199

De acuerdo a un estudio realizado en la Universidad del Salvador por Romero Merino (2016), dice que las *técnicas de recolección* de datos “son procedimientos o actividades realizadas con el propósito de recabar o conseguir la información necesaria para el logro de los objetivos de una investigación” en cuanto *al instrumento*; dice que son “recursos que utiliza el investigador para registrar datos de bases de estudio” y que las fuentes son a través información de recolección de datos de personas, informes, revistas, escritos, documentos, bases de datos, entre otros.

Según el autor de este estudio dice que los tres principales instrumentos más utilizados en la metodología hipotética deductiva son;

- *La Entrevista*: De acuerdo con lo dicho por el autor de este escrito; se refiere a que según (Ignacio, Olabuenaga, 2003), dice que “la entrevista comprende un

desarrollo de interacción, creador y captador de significados en que influyen decisivamente las características personales (biológicas, culturales, sociales, conductuales) del entrevistador y entrevistado lo mismo que del entrevistado”

Variable Criterios y preferencias de compra

Concepto: Las preferencias de compra pueden variar mucho de una persona a otra. Algunos criterios comunes incluyen calidad del producto, precio, marca, conveniencia, opiniones de otros usuarios, valores éticos de la empresa y durabilidad.

: Medir criterios y preferencias de compra es fundamental para crear una empresa porque permite entender las necesidades y deseos de los clientes potenciales. Con esta información, es posible desarrollar productos o servicios que satisfagan mejor esas necesidades, identificar oportunidades de mercado y diferenciarte de la competencia. Ayuda a tomar decisiones más informadas y a construir una propuesta de valor sólida para el negocio.

Variable motivaciones emocionales de compra

Concepto: Medir las motivaciones emocionales de compra es crucial en el sector de la moda y la ropa textil porque las decisiones de compra en este ámbito suelen estar fuertemente influenciadas por factores emocionales y psicológicos. Comprender qué emociones impulsan a los consumidores a elegir ciertas prendas o marcas permite diseñar estrategias de marketing más efectivas, crear productos que conecten emocionalmente con la audiencia y construir una marca con la que los clientes se identifiquen. Además, permite encontrar ofertas de valor en un mercado competitivo al brindar experiencias de compra más personalizadas y significativas, orientadas al cliente y con mayores posibilidades de éxito.

Variable hábitos de compra

Concepto: Medir los hábitos de compra es crucial al lanzar una empresa de ropa infantil porque da una comprensión profunda de las preferencias de los padres y las tendencias del mercado. Permite ajustar la oferta para satisfacer las necesidades

específicas de los clientes potenciales, desde el estilo de ropa hasta los canales de distribución más efectivos.

Diseño de la investigación

Para buscar cuáles son los factores de riesgo que inciden en la toma de decisiones para crear una empresa de confección infantil en Bogotá; se define que el diseño de esta investigación es de tipo transversal con objetivos descriptivo, exploratoria y no experimental.

Lo anterior basado a lo dicho por (Dankhe, 1986), quien *dice que los estudios descriptivos buscan especificar las actividades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis*. Por su parte Hernandez&Samiperi, (2018), dice que los estudios exploratorios se realizan generalmente para examinar un tema o problema que se ha abordado poco antes.

Población y Muestra

De acuerdo con Fracica (1988), *población*, “es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades del muestro” Por su parte Jany (1.994), “es la totalidad de individuos que tienen ciertas características similares sobre las cuales se desea hacer inferencia”.

En cuanto a la *muestra* de acuerdo a lo dicho por Hernández Sampieri (2018) la define como “ un subgrupo de la población o universo de interés, sobre el cual se recolectarán los datos pertinentes y deberá ser representativa de dicha población” mientras que de acuerdo con lo dicho para Bernal (2016), es como “una parte de una población seleccionada con la finalidad de obtener información para desarrollar el estudio y sobre la cual se efectúa la medición y observación de las variables del estudio”

Para esta investigación, el tipo de muestra que se utilizará es no probabilístico, pues de acuerdo con lo dicho por Sampieri (2018), “en esta muestra la elección de los resultados no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con las características de la

investigación o los propósitos del investigador” esto puede ser por tiempo, factor económico y técnicas para acceder al estudio.

Técnicas de análisis de datos

Análisis FODA

Definición conceptual: Según estudio de esta matriz fue creado entre los años 1960-1970 por Albert S. Humphrey; las siglas en inglés son SWOT son las siglas de las palabras; fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Esta herramienta es muy utilizada por las compañías para hacer análisis y establecer nuevas estrategias de acuerdo con los resultados.

- *Fortalezas:* se refiere a las bondades o ventajas internas que funcionan y que pueden ser útiles para compararse con la competencia
- *Debilidades:* También son de carácter interno y se deben cambiar o mejorar
- *Oportunidades:* Estas corresponden al sector externo de las cuales no se puede tener control, pero se puede explotar o utilizar con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos
- *Definición operacional:* Con la ayuda de este análisis se puede observar el escenario o panorama de la empresa a nivel general analizando aspectos de carácter interno y externo, es necesario poseer habilidades gerenciales para estudiar, conocer y adaptar cada aspecto frente al sector textil en el área de confecciones
- *Amenazas:* son acontecimientos externos que pueden llegar a impedir el cumplimiento de la meta

Tabla Matriz FODA

<p>FORTALEZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se cuenta con el conocimiento en el sector textil 2. Se hace la investigación necesaria antes de tomar una decisión de emprender. 3. Se muestra interés permanente para emprender en el sector textil 4. Se conocen los posibles riesgos y para esto se cuenta con un plan de acción 	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colombia tiene credibilidad en el sector textil a nivel internacional y habría una oportunidad para exportar 2. Bogotá cuenta con variedad de proveedores para las materias primas. 3. Entrar en el mercado de ropa infantil a través de diferentes canales como distribución, venta directa, página web 4. Desarrollar estrategias comerciales con innovación y tendencias en el mercado nacional e internacional. 5. Hay entidades que prestan asesorías gratuitas a través de cursos para emprendimiento como las cajas de compensación, el SENA, la Cámara de Comercio de Bogotá
<p>DEBILIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variedad de marcas en el mercado con las que se debe enfrentar para competir. 	<p>AMENAZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tiene fuerte competencia por el negocio informal en Bogotá

<p>2. Hay poco presupuesto para comenzar el negocio</p> <p>3. No se han definido estrategias comerciales fuertes para comenzar a penetrar el mercado</p> <p>4. Altos costos en materias primas de calidad</p> <p>5. La empresa no es conocida en el sector textil</p>	<p>2. Se puede arriesgar el precio de venta debido a los precios bajos en el mercado por el contrabando</p> <p>3. Colombia no produce algodón y se debería importar lo cual afecta el costo de producción</p> <p>4. El sector textil ha decrecido en el país en un 5,9% durante el primer trimestre del presente año</p> <p>5. La tendencia de la moda incluye productos sostenibles en los que se debe incursionar para poder permanecer en el mercado.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Instrumentos para recolección de datos

- *Encuesta:* son preguntas dirigidas a una muestra que representa una población con la finalidad de conocer opiniones o hechos específicos, así mismo que el instrumento más utilizado para esto es el cuestionario con respecto a una o más variables a medir

- *La Observación:* de acuerdo con lo dicho por (Ignacio Olabuenaga, 2003), “la observación es el proceso de contemplar sistemática u detenidamente como se desarrolla la vida social, sin manipularla, ni modificarla, tal cual ella discurre por sí misma” el observador va captando lo que ocurre.

Para este estudio; se procederá a realizar dos instrumentos así:

- Entrevistas, se realizará una entrevista con 11 preguntas a profundidad 14 personas que son padres de familia, tienen sobrinos(as) o nietos(as) y obtener información sobre toma de decisiones al momento de comprar prendas de vestir para niños(as) entre 0-10 años

- Encuestas con 20 preguntas cerradas de selección múltiple para cuantificar y medir las respuestas. Se realizó a 77 personas, padres de familia o con sobrinos o nietos y en algún momento realicen una compra de este tipo.

Guía de Entrevista - Investigación Académica

Motivación del consumidor para adquirir productos y servicios de prendas de ropa infantil

Objetivo: Recopilar información valiosa y relevante que nos permita establecer junto a la encuesta de investigación el interés de los clientes al momento de comprar prendas de vestir para niños(as) de 0 -10 años en la ciudad de Bogotá

Presentación: Mi nombre es _____

pertenezco al programa de _____

En la Universidad Ean, el fin de esta entrevista es solamente académico, por lo tanto, el resultado es de uso confidencial.

1. ¿En qué rango de edad están tus hijos?

2. ¿Cuándo fue la última vez que compró ropa para sus hijos(as) ?

Criterios de preferencias y decisiones de compra:

3. ¿Cuáles son los principales factores que considera al momento de comprar ropa para sus hijos? Como ejemplo precio, marca, calidad, moda

4. ¿Tiene algún lugar de preferencia para comprarle ropa a sus hijos? ¿Y por qué elige comprar en esos lugares? _____

5. ¿Tiene en cuenta las referencias de amigos, familiares o redes sociales al momento de comprar ropa para sus hijos?

6. ¿Considera importante que al momento de comprar ropa para sus hijos es mejor en una tienda legal, en el mercado informal o por internet??

Experiencias de compra

7. Al hablar de marcas en ropa infantil, ¿Qué marca de ropa infantil recuerdas en este momento?

8. ¿Ha comprado ropa para sus hijos en la tienda "Almacenes Maria Helena" en la ciudad de Bogotá? _____

9. ¿Ha tenido una mala experiencia al momento de compra que me pueda compartir?

Motivaciones emocionales de compra

10. ¿Cuál es la motivación principal al momento de comprar ropa para sus hijos?

11. ¿Tiene algún valor específico que considere debe estar incluido en una prenda de vestir para sus hijos? como por ejemplo diseño, sostenibilidad, etc. _____

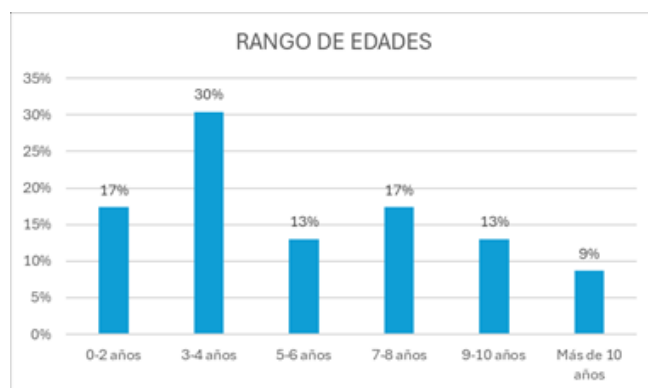
¡¡Muchas gracias!!

Análisis de información

Resultado de las Entrevistas

¿En qué rango de edad están tus hijos?	
0-2 años	17%
3-4 años	30%
5-6 años	13%
7-8 años	17%
9-10 años	13%
Más de 10 años	9%
Total niños 23	100%

Gráfico 5 Porcentajes entrevistas aplicadas



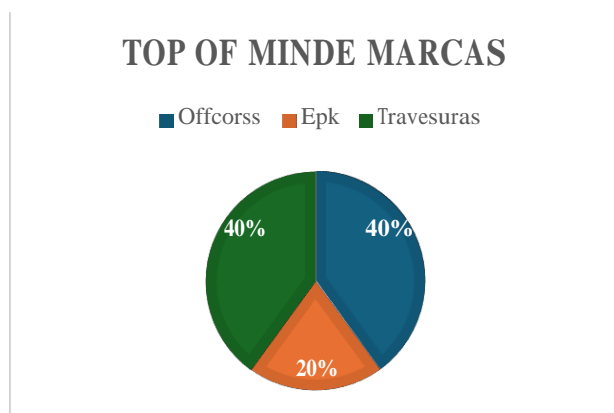
Dentro de la información recibida por los 14 padres de familia, se cuenta con 23 niños de los cuales el porcentaje más alto del 30% para niños entre 3 y 4 años, sigue en igual porcentaje del 17% en niños 0-2 y 7-8 años, igualmente en porcentaje del 13% para niños de 5-6 y 9-10 años. Dichas edades están incluidas en el rango de edades solicitadas para este estudio.

- Experiencia en compras

Al hablar de marcas en ropa infantil, ¿Qué marca de ropa infantil recuerdas en este momento?

Gráfico 6 Top of Minde Maras

Offcorss	40%
Epk	20%
Travesuras	40%
Total	100%



Con esta pregunta, se pretende conocer cuál es la primera marca de ropa que viene primero a la mente. Para este caso hubo igualdad entre las marcas Offcorss y Travesuras con el 40% y un 20% para la marca EPK

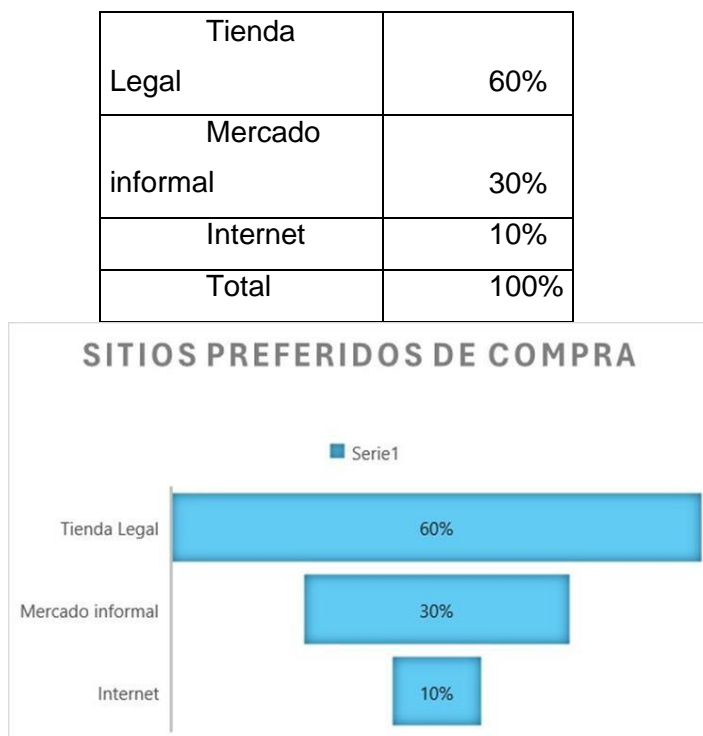
Estas tres marcas tienen un importante reconocimiento a nivel nacional e internacional y las dos primeras (Offcorss y Travesuras) tienen más de 45 años en el mercado y 120 y 50 tiendas abiertas respectivamente, mientras que EPK alrededor de 76 tiendas con más de 20 años en el mercado. Las tres se caracterizan por sus diseños y atención al cliente.

Estas cifras y características de cada una son muy importantes y se deben tener en cuenta al momento de emprender un nuevo negocio de confecciones en Bogotá, se debe analizar cada una y tratar de buscar estrategias comerciales que ayuden a sostenerse en el mercado de la confección. <https://travesuras.com.co>, <https://www.offcorss.com/>, <https://www.epeka.com/tiendas>

- Criterios de práctica y decisiones de compra

¿Considera que al momento de comprar ropa para sus hijos es mejor en una tienda legal, en el mercado informal o por internet?

Gráfico 7 Sitios preferidos de compras



Para analizar el principal objeto de la investigación acerca de la informalidad de compra en ropa infantil en Bogotá, se realizó la pregunta anterior donde se refleja que el mayor porcentaje del 60%, corresponde a la compra en tienda formal, seguido por el 30% de la compra informal y el 10% para compras por internet. Se observa con los resultados que a pesar de los obstáculos expuestos con anterioridad, aún se apunta en la legalidad de las empresas en Colombia.

- Motivación

¿Cuál es la principal motivación al momento de comprar ropa para sus hijos?

Gráfico 8 Motivaciones d compra

Responsabilidad	36%
Sentimientos de amor, sonrisas, felicidad	50%
Ir de compras	14%
Total padres entrevistados 14	100%



De acuerdo con las teorías de las necesidades de Maslow (1954), quien “propuso una teoría de la motivación basada en las necesidades humanas universales”, así: fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y autorrealización. Con las respuestas de esta pregunta se observa que están relacionadas principalmente con la necesidades de estima ya que en los resultados se obtiene que el mayor porcentaje del 50% refiriéndose a sentimientos de amor hacia los hijos, seguido del 36% en responsabilidad que a mi modo de ver corresponde a la autorrealización con el sentido de la responsabilidad y el 14% para las necesidades sociales al gustarles ir de compras.

Las demás preguntas están relacionadas en la encuesta y por eso no se tienen en cuenta en esta parte del estudio.

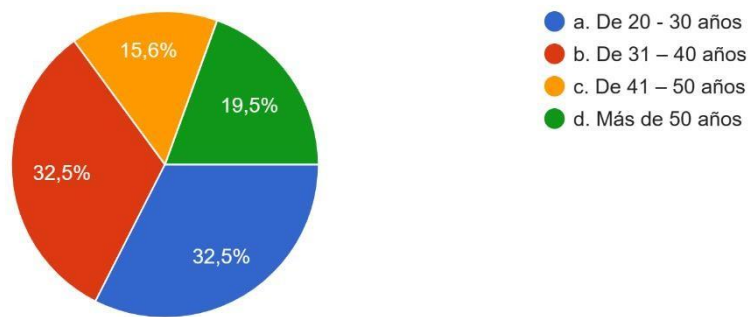
Ta Para complementar los instrumentos en este estudio, la otra técnica corresponde a una encuesta con 20 preguntas abiertas y cerradas en dos secciones: una parte demográfica y otra para conocer hábitos de compra a la cual respondieron 77 personas.

Resultado de las Encuestas:

Gráfico 9 Rangos de edad

1. ¿Cuál es su rango de edad?

77 respuestas

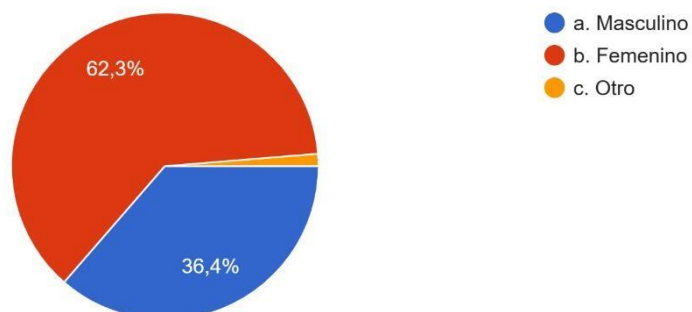


De las 77 personas que respondieron a la encuesta, se refleja igualdad de porcentaje en los rangos de edad entre 20-30 y 31-40 años respectivamente. Son los rangos de personas más jóvenes y es información relevante para el estudio porque en esas edades se tienen en cuenta la moda y sus tendencias y en algunas oportunidades no escatiman al momento de comprar, seguido por el rango de edades con más de 50 años, en ocasiones tienen poder adquisitivo y tienen un buen hábito de compra para sus nietos.

Gráfico 10 Género

2. ¿Con qué género se identificas?

77 respuestas

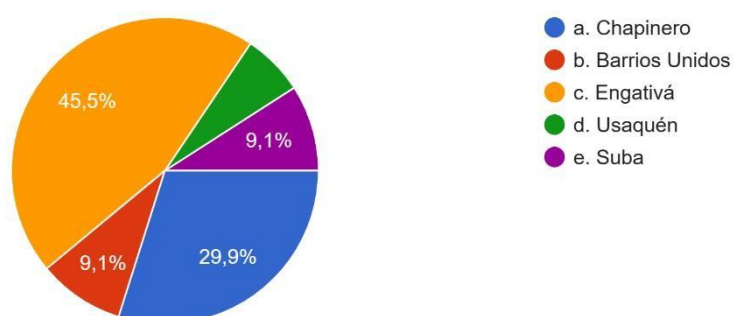


77 personas respondieron a la pregunta y el mayor de 62,3% corresponde al género femenino, el 36,4 al género masculino y el restante al 1,3% a otros sin definir.

Gráfico 11 Localidad

3. ¿En qué localidad vive?

77 respuestas

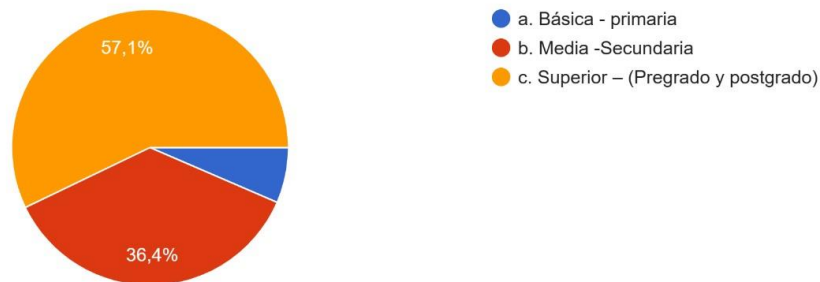


El porcentaje más alto de de los encuestados están localizados en Engativá con un 45%, seguidos de Chapinero, Barrios Unidos y SUba con el mismo porcentaje de 9,1% y la diferencia está en Usaquén. Por lo general las mujeres tienen más influencia al momento de comprar ropa, algunas pueden ser madres, tías, abuelas. En un artículo del diario La República, se dijo que el 61% de las mujeres en Colombia según estudio de Nielsen Retail Growth Strategy, dice que para la mujer la ubicación de las tiendas es muy importante a la hora de salir de compras. <https://www.larepublica.co/consumo/el-poder-de-las-mujeres-a-traves-del-consumo-296833>, por lo cual se considera muy importante el sector demográfico al momento de emprender un negocio.

Gráfico 12 Nivel educativo

4. ¿Cuál es su nivel educativo que tiene actualmente?

77 respuestas



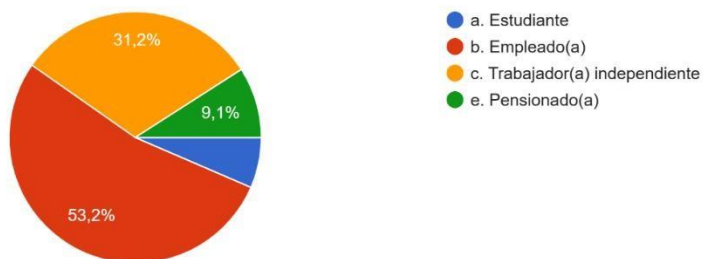
En nivel educativo con mayor porcentaje corresponde a la educación superior con el 57,1%, el 36,4% sector secundario, esta información es importante porque al momento de realizar una compra se puede analizar objetivamente las características de compra como la legalidad en las empresas, diseños, entre otros.

Gráfico 13 Ocupación

Gráfico 14 Ingresos mensuales

5. ¿Cuál es su ocupación actual?

77 respuestas

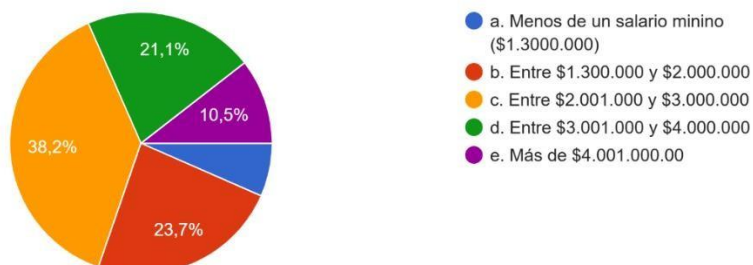


El 53,2% de los encuestados son empleados, seguidos por el 31,2% son empleados independientes los cuales tienen poder adquisitivo al momento de una compra

Gráfico 15 Ingresos

6. ¿A cuánto equivalen sus ingresos mensuales?

76 respuestas

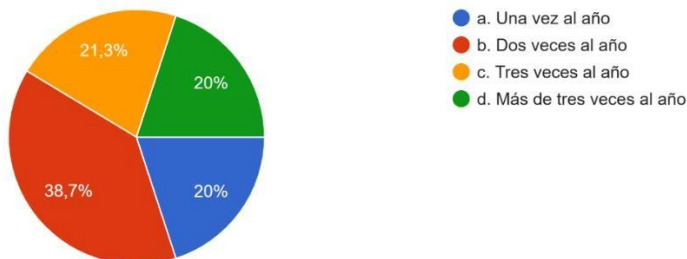


El mayor porcentaje de respuestas tienen ingresos superiores a \$3.000.000, luego se considera que pueden comprar prendas de vestir por un producto que cumpla las condiciones de legalidad comercial

Gráfico 16 Frecuencia de compra

7. ¿Con qué frecuencia compra ropa para sus hijos?

75 respuestas

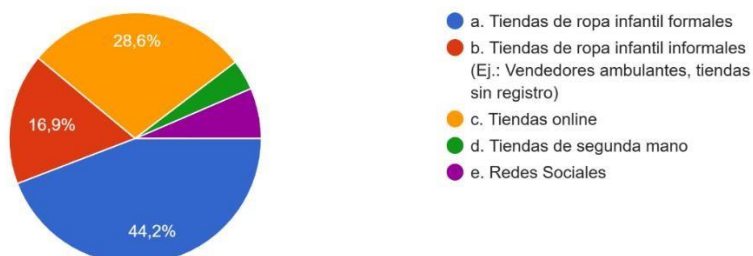


Solo dos compras al año es el mayor número de veces que se dijo en cuanto a la frecuencia de compra. Lo cual podría indicar un mercado saturado o tal vez se muestre interés de compra en fechas especiales.

Gráfico 17 Modalidades de compra

8. ¿En qué tipo de tiendas suele comprar ropa para sus hijos?

77 respuestas

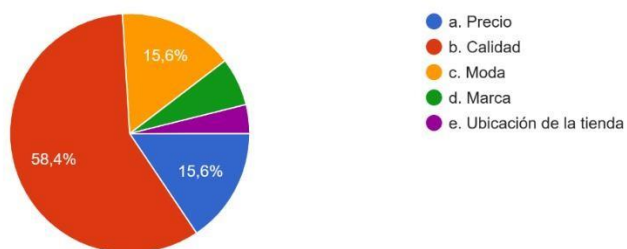


Las tiendas formales son los lugares preferidos por los encuestados; esta respuesta coincide con los entrevistados quienes confían más en la formalidad al momento de comprar prendas infantiles

Gráfico 18 Factores que influyen en la compra

9. ¿Qué factores influyen en su decisión de compra de ropa para niños?

77 respuestas

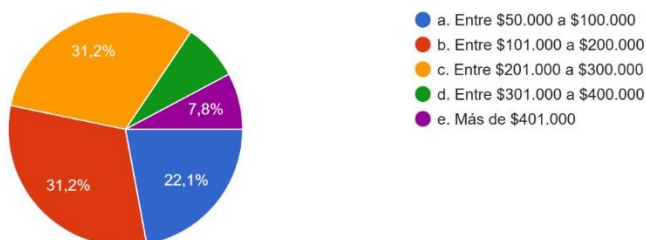


La calidad es lo que más se refleja en las respuestas obtenidas con un 58,4% seguidos por el precio y la moda al momento de compra

Gráfico 19 Valor promedio de compra

10. ¿Cuánto suele gastar en promedio en una prenda de ropa para su hijo en pesos colombianos?

77 respuestas

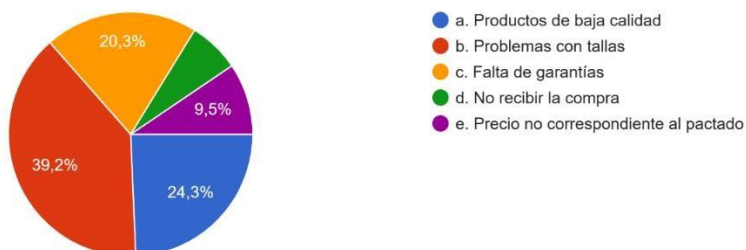


Los rangos entre \$100.000 y \$400.000 obtuvieron igual porcentaje del 31,2%, con esta información se podría definir un precio de venta al inicial un emprendimiento en el sector.

Gráfico 20 Experiencias negativas de compra

11. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa al comprar ropa para sus hijos?

74 respuestas

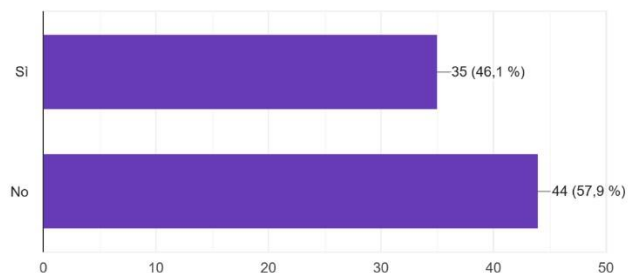


Las malas experiencias en las tallas, la calidad y falta de garantías son las principales respuestas obtenidas en 74 preguntas respondidas.

Gráfico 19 Valor promedio de compra

Gráfico 21 Conocimiento sobre el contrabando

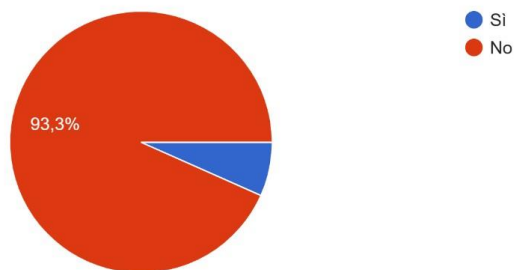
12. ¿Sabe usted qué es el contrabando en el sector de la moda infantil?
76 respuestas



Esta pregunta la finalidad de indagar sobre el conocimiento del contrabando infantil donde se observa que sólo el 46,1% si tiene conocimiento del problema que afecta el sector textil en Bogotá.

Gráfico 22 Compras de dudosa procedencia

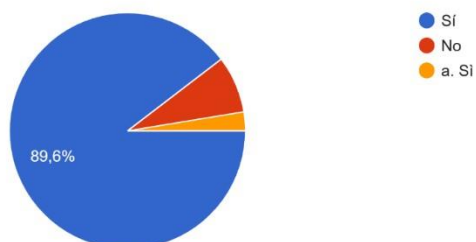
13. ¿Ha comprado alguna vez ropa para niños de procedencia dudosa o ilegal (contrabando)?
75 respuestas



El 93.3% respondió que no ha comprado ropa de contrabando.

Gráfico 23 Influencia de la calidad

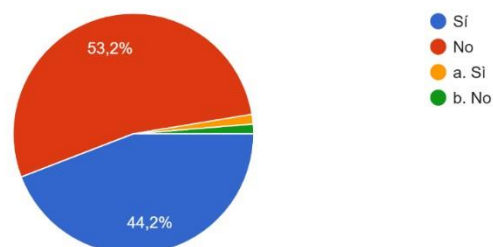
15. ¿Cree que el contrabando afecta la calidad y seguridad de la ropa para niños?
77 respuestas



El mayor porcentaje de las respuestas, creen que el contrabando si afecta la calidad y seguridad de los niños

Gráfico 24 Observación de comercio informal

16. ¿Ha observado la venta de ropa para niños en lugares informales (Ej.: ¿Vendedores ambulantes, tiendas sin registro)?
77 respuestas



La pregunta 16 y 17 están relacionadas y se realizó de manera abierta y cerrada con la finalidad de observar opiniones sobre el comportamiento de las tiendas informales, el 53,2% si ha observado, estas son las opiniones:

Venden bastante

Que debería legalizarse toda mercancía que ingrese al país con el fin de cumplir toda normatividad y requerimientos de calidad para los niños y niñas, sin embargo, el mercado de contrabando es el sustento para personas , por lo que no se trata de justificarlos, sino buscar una intermediación o estrategias para de a poco incluir a este sector de comerciantes

No aplica

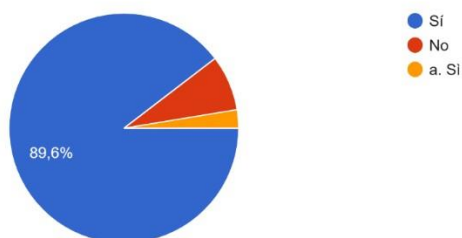
Que son más económicos

No compro ropa en estos lugares

Gráfico 25 Importancia de la legalidad en las compras

18. ¿Considera importante que los productos que compra para sus hijos cumplan con las normativas y regulaciones de seguridad y calidad?

77 respuestas

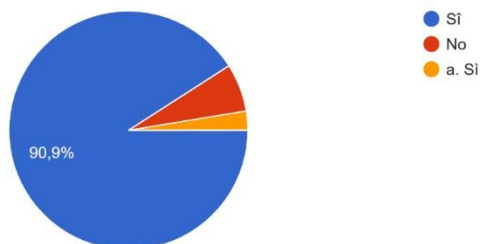


Coincidiendo con la respuesta anterior sobre la calidad y seguridad den las prendas de vestir los encuestados si consideran importante esas características con un 89,6%

Gráfico 26 Inversión por calidad

20. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar un poco más por ropa que garantice su calidad y origen legal?

77 respuestas



El 90,9% de las respuestas obtenidas estarían dispuestos a pagar más dinero al momento de comprar ropa para sus hijos, lo que se debería tener en cuenta al momento de producir una prenda de ropa infantil que pueda tener características diferenciales en el mercado.

Conclusiones de las encuestas y entrevistas en general.

Se analizaron todas las respuestas recibidas por las 77 personas; se concluye que el mayor porcentaje de encuestados tienen hábitos de compra por calidad, les gusta comprar en tiendas formales, consideran importante no estar de acuerdo con el contrabando. También sienten sentimientos de alegría al comprar ropa para sus hijos y estarían dispuestos a pagar un poco más de dinero por las prendas comprada a sus hijos.

Se analizaron variables cuantitativas y cualitativas en las que las respuestas coinciden en los factores de compra de manera legal y la calidad debe los más influyentes al momento de definir una compra.

Hallazgos encontrados y Conclusiones de las Investigación:

Como conclusión principal, se observó que tanto el contrabando como la informalidad comercial en el sector de confecciones para niños representan un problema muy grave que afecta de manera drástica la economía. En Bogotá, estos problemas agravan la situación socioeconómica existente, impactando negativamente al sector textil y a la economía en general. Las prácticas ilegales y la falta de regulación adecuada no solo reducen los ingresos fiscales, sino que también generan competencia desleal, perjudican a las empresas formales y ponen en riesgo la calidad y seguridad de los productos. Es crucial abordar estos desafíos con políticas efectivas, incentivos para la formalización y campañas de concientización para fortalecer el sector y proteger la economía local.

Así mismo, las materias primas bajo esas modalidades no dan seguridad en al contacto con la piel de los niños ya que no cumplen con los estándares de calidad necesarios lo cual no da seguridad al comprarlos y se podría también en incurrir en tener productos por para poco tiempo.

La situación es muy preocupante también porque las personas que trabajan principalmente en los talleres o satélites no tienen oportunidad de recibir las prestaciones legales correspondientes. Esto genera pobreza y baja la calidad de vida de las personas. El desempleo genera conflictos económicos y sociales.

Se espera que el gobierno ponga en marcha la reforma del estatuto aduanero logrando así mejorar notablemente la economía.

Para analizar la viabilidad de emprender una empresa en estos momentos, se recomienda esperar un tiempo prudente hasta que la economía comience a crecer nuevamente. Además, explorar modelos de negocio innovadores, como la venta online o la colaboración con marcas locales reconocidas, puede ayudar a mitigar los impactos negativos del contrabando y la informalidad en el mercado tradicional.

Encuesta sobre Percepción y Hábitos de Compra de Ropa para Niños en Bogotá

Objetivo: Medir la percepción y hábitos de compra de ropa para niños entre 0 y 10 años en Bogotá, en relación con el contrabando y la informalidad comercial y empresarial.

Público objetivo: Padres de niños entre 0 y 10 años residentes en Bogotá.

Metodología: Encuesta online o presencial.

Preguntas:

Sección 1: Datos demográficos

1. ¿Cuál es su rango de edad?
 - a. De 20 - 30 años
 - b. De 31 – 40 años
 - c. De 41 – 50 años
 - d. Más de 50 años

2. ¿Con qué género se identifica?
 - a. Masculino
 - b. Femenino
 - c. Otro

3. ¿En qué localidad vive?
 - a. Chapinero
 - b. Barrios Unidos
 - c. Engativá
 - d. Usaquén
 - e. Suba

4. ¿Cuál es su nivel educativo que tiene actualmente?
 - a. Básica - primaria
 - b. Media -Secundaria
 - c. Superior – (Pregrado y postgrado)

5. ¿Cuál es su ocupación actual?
 - a. Estudiante
 - b. Empleado(a)
 - c. Trabajador Independiente
 - d. Pensionado(a)

6. ¿ A cuánto equivalen sus ingresos mensuales?
 - a. Menos de un salario minino (\$1.3000.000)
 - b. Entre \$1.300.000 y \$2.000.000
 - c. Entre \$2.001.000 y \$3.000.000
 - d. Entre \$3.001.000 y \$4.000.000
 - e. Más de \$4.001.000.00

Sección 2: Hábitos de compra de ropa para niños

7. ¿Con qué frecuencia compra ropa para sus hijos?
 - a. Una vez al año
 - b. Dos veces al año
 - c. Tres veces al año
 - d. Más de tres veces al año

8. ¿ En qué tipo de tiendas suele comprar ropa para sus hijos?
 - a. Tiendas de ropa infantil formales
 - b. Tiendas de ropa infantil informales (Ej.: Vendedores ambulantes, tiendas sin registro)
 - c. Tiendas online
 - d. Tiendas de segunda mano
 - e. Redes Sociales

9. ¿ Qué factores influyen en su decisión de compra de ropa para niños?

- a. Precio
- b. Calidad
- c. Moda
- d. Marca
- e. Ubicación de la tienda

10. ¿Cuánto suele gastar en promedio en una prenda de ropa para su hijo en pesos colombianos?

- a. Entre \$50.000 a \$100.000
- b. Entre \$101.000 a \$200.000
- c. Entre \$201.000 a \$300.000
- d. Entre \$301.000 a \$400.000
- e. Más de \$401.000

11. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa al comprar ropa para sus hijos?

- a. Productos de baja calidad
- b. Problemas con tallas
- c. Falta de garantías
- d. No recibir la compra
- e. Otros, Especificar:

12. ¿Sabe usted qué es el contrabando en el sector de la moda infantil? Sí /No

Si _____ No _____

13. ¿Ha comprado alguna vez ropa para niños de procedencia dudosa o ilegal (contrabando)? Sí _____ No _____

14. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿qué razones lo llevaron a hacerlo?

—

15. ¿Cree que el contrabando afecta la calidad y seguridad de la ropa para niños? Si _____ No _____

16. ¿Ha observado la venta de ropa para niños en lugares informales (Ej.: ¿Vendedores ambulantes, tiendas sin registro)?

Si _____ No _____

17. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿qué opina sobre la venta de ropa para niños en estos lugares?

18. ¿Considera importante que los productos que compra para sus hijos cumplan con las normativas y regulaciones de seguridad y calidad?

Si _____ No _____

19. ¿Qué medidas considera que podrían mejorar la lucha contra el contrabando y la informalidad en la venta de ropa para niños?

20. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar un poco más por ropa que garantice su calidad y origen legal? Sí _____ No _____

Lista de Referencias

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; (2023), La industria textil colombiana y su crecimiento a través de la Innovación y la competitividad. Recuperado de: <https://www.colombiatrading.com.co/noticias/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>
- El Tiempo, (2024). El Tira y afloja entre Hacienda y la Dan por el contrabando de textiles
Recuperado: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/contrabando-textiles-el-tira-y-afloja-de-hacienda-y-dian-855957#:~:> Ciguenza Riaño Noelia, El Tiempo, febrero 19, 2024.
- Dane (2024), En enero de 2024, la tasa de desocupación en el total nacional fue de 12,7%, y en el total 13 ciudades y áreas metropolitanas fue del 12,4;
- Confecámaras (2024), Dinámica de creación de empresas en 2023
Recuperado; <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/cp-GEIH-ene2024.pdf#:~:>
[En 2023 se crearon 305.997 empresas en el país, señala estudio de Confecámaras - Confecámaras \(confecamaras.org.co\)](https://www.confecamaras.org.co)
- Secretaria de Desarrollo Económico; En febrero de 2023, el tejido empresarial creció 4,6% en Bogotá Recuperado; [bol_dinempre_no21_.pdf \(desarrolloeconomico.gov.co\)](https://www.desarrolloeconomico.gov.co/bol_dinempre_no21_.pdf)
- Cámara de Comercio de Bogotá; (2023), Guía de empresariado, responsabilidades legales; recuperado; <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/52c75a70-7ac2-4484-a8f6-f701598e59fc#:~:text=La%20Gu%C3%ADa%20resume%20las%20respo>
- Defelipe Diaz, (2019), Innovación en la industria textil, un campo con muchísima tela para cortar, Recuperado, [Innovación en la industria textil, conoce los avances tecnológicos \(innovacionenlaindustria.com\)](https://www.innovacionenlaindustria.com/innovacion-en-la-industria-textil-conoce-los-avances-tecnologicos)
- DIAN (2024), Informe de lucha contra la evasión y el contrabando recuperado, <https://www.dian.gov.co/fiscalizacioncontrol/Documents/Informe-de-lucha-contra-la-evasion-y-el-contrabando-octubre-diciembre-2023.pdf>
- Equipo Editorial Etece de Argentina (2024), Empresa privada
Recuperado;

: <https://concepto.de/empresa-privada/>. Última edición: 16 de julio de 2021.

Consultado: 27 de marzo de 2024

- García, Bolívar & Roa (2011), Gerencia Integral para el Siglo XXI, pág. 28,29,119, Universidad EAN
- Ceballos & Villegas (2014), Pàg. 6, Estudios gerenciales, Universidad Eafit, Scopus
- Lifeder. (24 de junio de 2020). *Industria textil: historia, características, productos, contaminación*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/industria-textil/>.
- Revista Semana, (2023), El costo del crédito para empresas en Colombia es alto en comparación con otros países, recuperado; "[El costo del crédito para empresas en Colombia es alto en comparación con otros países](#)": Enrique Daza, director de Cedetrabajo (semana.com)
- Portafolio, (2024) Tendencias para el 2024 para el sector textil de Colombia Recuperado;
 - <https://www.portafolio.co/negocios/industrias/tendencias-para-el-2024-en-el-sector-textil-de-colombia-594853>
 - Señal Colombia;(2022); Trajes típicos de Colombia: 5 prendas infaltables: Recuperado; <https://www.senalcolombia.tv/cultura/trajes-tipicos-colombia>
 - Philip Kotler 2024), “Los 10 pecados capitales del marketing” (2004), “targeting”
 - Bernal, (2016) Metodología de la investigación, Pearson Educación
 - <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/las-cinco-marcas-textiles-colombianas-mas-prometedoras-para-el-2024-594023>
 - Ruiz, R. (marzo de 2024). Teoría Del Valor Subjetivo – Qué Es, Definición Y Concepto [Teoría Del Valor Subjetivo - Qué Es, Definición Y Concepto \(segurosyfinanzashoy.com\)](#)
 - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2023). *Contrabando en Colombia movió cerca de \$28 billones en 2023, confirma la DIAN*. Recuperado de <https://www.dian.gov.co/fizcalizacioncontrol/Documents/Informe-de-lucha-contra-la-evasion-y-el-contrabando-enero-junio-2023.pdf>
 - DIAN. (2024, 18 de abril). El Nuevo Estatuto Aduanero potenciará la lucha contra el contrabando y agilizará el comercio internacional en Colombia.
- 3.5

-
- DANE. (2024). *Cuántos habitantes tiene Colombia en 2024*. Disponible en [enlace si aplica].
- telencuestas.com. (2024). *Cuántos habitantes tiene Bogotá, Colombia, en 2024*.
- autoridades desmantelaron una red dedicada al contrabando de textiles en Bogotá. (2021, diciembre 17). En *Policía Fiscal y Aduanera/Web*. Recuperado de
- HSB Noticias. (2024). DIAN y DPS: La alianza que recompensará a quienes denuncien el contrabando.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2024). Empleo informal y seguridad social.
- Mosquera (2024), En enero de 2024 se crearon 6858 nuevas empresas.
- Blu Radio (Mayo 16 2024) Mañanas Blu
<https://www.bluradio.com/economia/camara-colombiana-de-la-confeccion-ante-caida-de-la-industria-hemos-perdido-400-000-empleos-pr30>
- Vidaurre (2024), Situación actual de la reforma laboral impulsada por el gobierno. <https://mtalegal.co/web/2024/01/15/situacion-actual-de-la-reforma-laboral-impulsada-por-el-gobierno/#:~:text=En%20los%20521%20d%C3%ADas%20que%20lleva%20en%20el%20debates%20y%20ha%20experimentado%20avances%20y%20retrocesos%20significativos.>