



Mercadeo Social en Bogotá – Sector Textil Enfocado en los Jeans

Presentado Por:

Yojan Estiven Avendaño Granada

Yuli Alejandra Gutiérrez Camelo

Angie Paola Machuca Gonzalez

Profesor Instructor:

Edgar Miguel Hernández Hernández.

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Facultad de Administración y Economía.

Programa Administración de Empresas Comerciales.

2023



Mercadeo Social en Bogotá – Sector Textil Enfocado en los Jeans

Trabajo de Grado Diplomado Para Optar Por el Título Profesional de  
Administración de Empresas Comerciales.

Presentado Por:

Yojan Estiven Avendaño Granada

Yuli Alejandra Gutiérrez Camelo

Angie Paola Machuca Gonzalez

Profesor Instructor:

Edgar Miguel Hernández Hernández.

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Facultad de Administración y Economía.

Programa Administración de Empresas Comerciales.

2023

## Resumen

En Colombia, la industria textil es una de las fuentes de mayor empleo ya que representa un aporte al PIB del 9,4% y aporta al país más de 600 mil empleos, analizando el sector textil desde 1988, Colombia ha tenido una gran visualización en el exterior gracias a Colombiatex que es una feria de textiles que fomenta la exportación y visibilidad del sector, esto ha permitido crear y fortalecer la plataforma de negocios que ha llegado a realizar exportaciones hasta en 60 países generando alianzas y dando así oportunidad a generar más empleos en el país. Ahora, analizando el problema planteado para nuestra investigación, en Colombia la industria textil no realiza un adecuado aprovechamiento de las materias primas empleadas para la elaboración de prendas, dichas empresas del sector generan un alto impacto medioambiental, ya que, al no generar un adecuado uso de las materias primas generan un alto índice de desperdicios y de impacto con el medio ambiente. Dentro de ello hemos también analizado otro problema grande y es que la industria aún no se encuentra a la vanguardia debido a que la maquinaria aún no se ha actualizado para mejorar la calidad de vida del talento humano y del impacto ambiental que aún se presenta en dicho sector. El propósito de esta investigación es poder analizar el impacto y las oportunidades laborales que genera la fabricación de una pieza de jean en las familias de Bogotá y como estas se benefician de la comercialización y del dinamismo del sector.

**Palabras clave:** Marketing social, comunidad, problemáticas en comunidades, investigación, empresas y sociedad, técnicas de marketing, concientizar, responsabilidad social.

## Abstract

In Colombia, the textile industry is one of the sources of major employment since it contributes to the GDP of 9.4% and generates more than 600 thousand jobs, analyzing the textile sector since 1988 Colombia has had a great visualization abroad thanks to Colombiatex which is a textile fair, to promote exports and give greater visibility to the industry this has generated a good business platform since it has come to make exports to 60 countries generating partnerships and thus giving opportunity to generate more jobs in the country. Now, analyzing the problem posed for our research, in Colombia the textile industry does not make adequate use of the raw materials used for the manufacture of garments, these companies in the sector generate a high environmental impact, since, by not generating an adequate use of raw materials, they generate a high rate of waste. Within this, we have also analyzed another big problem and that is that the industry is not yet at the forefront because the machinery has not yet been updated to improve the quality of life of the human talent and the environmental impact that the industry generates of the human talent and the environmental impact that is still present in this sector. The purpose of this research is to analyze the impact and job opportunities generated by the manufacture of a piece of jeans in the families of Bogota and how they benefit from the commercialization and dynamism of the sector.

**Keywords:** Social marketing, community, problems in communities, investigation, companies and society, marketing techniques, make aware, social responsibility.

## Tabla de contenido

Resumen .....	3
Abstract.....	4
Introducción .....	6
<i>Objetivo General.</i> .....	9
<i>Objetivo Específico.</i> .....	9
Estado Del Arte.....	10
<i>Antecedentes de la investigación.</i> .....	10
<i>Delimitación Geográfica y Social del Mercadeo Social en Colombia.</i> .....	12
Desarrollo .....	13
Prácticas sostenibles en la industria textil.....	16
El problema de la ropa desechada.....	18
Campaña de concientización sobre el reciclaje de ropa.....	19
Reciclaje de jeans y reusó de prendas de vestir en Bogotá.....	20
Conclusiones.....	31
Referencias .....	32

## Introducción

La industria de los textiles en Colombia es una de las ramas de la economía más prósperas y con mayor aporte económico al país, generando no solo millones de ingresos para el mismo, sino que también es una fuente generadora de empleos, las compañías del sector de los textiles y de confección ofrecen empleo a 1.500.000 personas aproximadamente como mano de obra directa, sin tener en cuenta la mano de obra indirecta o los empleos no formales que se caracterizan por madres que trabajan vía satélite desde sus casas, así como los pequeños talleres que también forma parte de la mano de obra indirecta del sector que se ejecutan mayormente por mujeres cabeza de hogar. Sin embargo, en los últimos años, el sector ha presentado una decadencia constante, tanto que el desempleo en febrero del 2019, llegó al 12,8%, en gran escala a la importación de textiles y prendas de vestir de los países asiáticos como China que es uno de los grandes países que más exportaciones realiza a América Latina, adicional a ello se suman factores, como la falta de innovación, concientización ambiental que pretende darle una segunda oportunidad y las grandes exportaciones de otros países hacia Colombia, por ello, la industria textil debe adaptarse a los nuevos cambios y proporcionar ideas innovadoras que vengan de la mano con ideas medioambientales. Pero para esto es importante tener presente el concepto mercadeo social y cómo funciona dentro de una organización Based on Indeed the “Social marketing is a strategic approach to promoting social change that employs unique advertising methods distinct from those used in commercial marketing. Social Marketing promotes positive changes for public health, environment, safety, and community well-being. Typically, aims to promote positive voluntary behavior change through effective

marketing strategies that are based on successful commercial approaches”. [ “El Mercadeo Social es un enfoque estratégico para promover el cambio social que emplea métodos de publicidad únicos, distintos de los usados en el mercadeo comercial. El Mercadeo Social promueve cambios positivos de salud pública, medio ambiente, seguridad y el bienestar de la comunidad. Comúnmente, su objetivo es promover un cambio de comportamiento voluntario positivo a través de estrategias de marketing efectivas basadas en enfoques comerciales de éxito”].

Con toda esta visual del sector hay grandes expectativas de los gremios de cómo no repercutir en el impacto medioambiental y en medidas más económicas que favorezcan el sector, como la Cámara Colombiana de Confección a expuesto ciertas medidas arancelarias que se han implementado con el fin de disminuir el ingreso de vestimenta directamente de China a un valor que no es competitivo, dichas medidas fueron propuestas en el Plan de Desarrollo Nacional del actualmente Expresidente Iván Duque en el cual el señor Duque se comprometió con el gremio a tomar medidas para proteger el sector. (Mazo, Pulgarin Rondón, & Montoya Cano, 2020, p. 7)

Según un artículo de Textile Infomedia “The textile industry plays a pivotal role in Colombia’s economy by providing jobs for nearly 500,000 people and contributing around 9.4% to the country’s manufacturing sector GDP. Not only does Colombia supply its domestic market with high-quality clothing, but it also exports a diverse range of textile products, including jeans, to various countries worldwide through free trade agreements. Unfortunately, the import of low-cost apparel from Asia has caused a trade deficit since 2012, with Colombia importing more garments than it exports.” [“El sector textil juega un papel fundamental en la economía colombiana, provee cerca de 500.000 trabajos y contribuye cerca del 9.4% al PIB del sector de manufacturas. Colombia no solo abastece su

mercado nacional con ropa de alta calidad, además exporta diversos rangos de productos incluidos los jeans, a varios países alrededor del mundo mediante tratados de libre comercio, Desafortunadamente, la importación de prendas de bajo costo provenientes de Asia ha causado un déficit comercial desde 2012, con Colombia importando más de lo que exporta”]. (Textile Infomedia).

Yaromir Muñoz (2001) en su libro de el mercadeo social en Colombia, ofrece información de como el mercadeo social se ha ido implementando en Colombia y como aún tiene un gran índice de falta de conocimiento en la sociedad.

Por otro lado, en el documento de Importancia del marketing social en Colombia (2021) nos muestra con mucha más claridad las investigaciones realizadas en Colombia, la importancia y diferentes conceptos entregados por algunos autores expertos en el tema. Adicional a ello, en la revista Marketing Social como herramienta fundamental para la creación de ecosistemas de reintegración social laboral publicada por la Universidad de la Salle, nos permite el acercamiento a la definición de mercadeo social y trayendo también lo importante que es para la sociedad en general la aplicación del Marketing Social.

Hoy, el mercadeo social en Colombia sigue siendo un enfoque valioso para resolver problemas sociales y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Se han utilizado campañas de marketing social para promover mejores hábitos como una vida más saludable, al tiempo que se fomenta el consumo responsable en ámbitos como el medio ambiente y la economía.

***Objetivo General.***

Ampliar el conocimiento de mercadeo social para el sector textil en la ciudad de Bogotá – Colombia, con la finalidad de implementar planes para mejorar la calidad de vida dentro de la sociedad y alcanzar un nivel de conciencia social, ambiental y económico en el sector, de tal manera que se logre hábitos ambientales, sostenibles y responsables que a su vez puedan impulsar un mejor desarrollo de vida y lograr un equilibrio para el país.

***Objetivo Específico.***

Evaluar e identificar las problemáticas sociales dentro del sector que permitan hallar posibles soluciones para mejorar la calidad de vida de la población y el crecimiento empresarial, mediante el análisis de las estrategias de mercadeo social utilizadas por marcas de jeans e identificar las tácticas más efectivas y comprender cómo se relacionan con las necesidades y expectativas de los consumidores.

## Estado Del Arte

### *Antecedentes de la investigación.*

En el libro *Social Media-Improving the Quality of Life* (Redes sociales: mejora de la calidad de vida) (2002), relaciona el mercadeo social como los esfuerzos realizados por cambiar el comportamiento de la sociedad con técnicas y estrategias del marketing utilizadas y aplicadas a incrementar el uso de la conciencia dentro de un ámbito social. Dentro de este mismo libro, junto con Nancy Lee y Ned Roberto, Philip Kotler describe el paso a paso de como planear e implementar campañas de mercadeo social, estudios de casos reales y aproximadamente 100 ejemplos que muestran claramente dichos procesos en ejecución. Existen varios conceptos del Marketing social que exponen diferentes autores, pero que al final todos ellos reúnen un solo significado: la importancia de generar un cambio en la sociedad mediante estrategias de marketing, fundamentalmente. Kotler considerado el padre del Marketing moderno, dio su definición del Marketing Social como “el diseño, implementación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea o causa social en determinados grupos objetivo”. (Kotler, 2003)

Dado que el objetivo del mercadeo social es tomar culturas existentes y cambiarlas en rutinas y comportamientos que reflejen el progreso y las mejoras continuas para y con la sociedad, puede ser utilizado tanto por empresas como por grandes organizaciones gubernamentales. En un repositorio de la Universidad Católica, se nombran los beneficios que trae el marketing social desde la perspectiva empresarial, entre ellos está la empatía entre las compañías ya que al reconocer las necesidades de la sociedad en general y adoptar iniciativas que procuren reducir o eliminar problemas sociales actuales y que impactan

negativamente la calidad de vida de las personas, es crear y reflejar una mejor imagen. Otro beneficio es aumentar significativamente las ventas, ya que gran cantidad de personas optan por comprar productos o servicios de empresas que contribuyen a la sociedad con sus acciones (Herrera, 2015). La sociedad colombiana tiene un gran interés en que haya un compromiso asumido desde diferentes sectores en relación con la importancia del mercadeo social. Es beneficioso para todos invertir en aspectos sociales, ya que una sociedad que se desarrolla es una sociedad que crea oportunidades.

Juan Sebastián Forero (2022) de la Universidad Libre, realizó una investigación de mercadeo social como herramienta para la reintegración social, con esto nos permite el acercamiento a la definición de mercadeo social y trae a coalición un tema de importancia aplicado a la realidad como lo es la problemática del sector textil en cuanto al impacto que genera y el beneficio que se obtiene tanto en el sector industrial como para la población.

### ***Delimitación Geográfica y Social del Mercadeo Social en Colombia.***

El propósito de la investigación es considerar los problemas de una industria específica para comprender los efectos y ofrecer soluciones desde un punto de vista profesional y el conocimiento obtenido durante la investigación y la trayectoria profesional. Dado que el tema del marketing social y la industria textil es bastante amplio y extenso, los problemas sociales ocurren en todo el mundo. La investigación tendrá una duración de 6 meses considerando el primer semestre del 2023, centrando la investigación en el sector de jeans de la ciudad de Bogotá – Colombia, ya que es la industria con el más alto nivel de producción textil así como el directo implicado de un nivel alto de contaminación, por ello es culpable del 20% de las aguas residuales y del 10% de las emisiones de carbono, en Colombia dentro del sector hay cerca de 450 fabricantes de textiles y alrededor de 10.000 fabricantes de confecciones eso sin tener en cuenta las personas que trabajan de manera indirecta mediante satélites centrando su gran punto de trabajo en la ciudad de Bogotá en la localidad de Santa Fe, por ello, el foco de la investigación se realizará en la misma esta ciudad, Bogotá es la segunda ciudad de Latinoamérica que realiza una mayor inversión en moda, con 260 millones de dólares, siendo superada únicamente por Ciudad de México que genera una inversión de más de 426 millones de dólares.

## Desarrollo

Bogotá es una de las ciudades con un alto nivel de producción de jeans, de esta labor depende la economía de muchas familias que trabajan desde la sustracción de materia prima, hasta la comercialización de esta prenda de vestir, pero ¿Cómo se mitiga el problema social y ambiental que genera la elaboración de un jean? ¿Las grandes compañías y microempresarios tienen en cuenta el impacto que genera esta producción?

Como se destacó anteriormente en este trabajo, el marketing social tiene varios conceptos y definiciones propuestas por diferentes autores, sin embargo, esta es una descripción que carece de conocimiento intersectorial a la hora de considerar convertirse en una sociedad sostenible. The Social Marketing Strategy mentions that the importance can be viewed from different perspectives like Ethical responsibility, consumer demand, brand reputation and trust, and sustainability among others, “It is imperative that corporations consider the effects of their operations on society and the environment. Numerous companies have made a commitment to being socially responsible, resulting in a positive reputation and customer loyalty. The implementation of sustainable practices through societal marketing can lead to cost savings and assist companies in adapting to regulatory changes”. [ “La estrategia de Mercadeo Social menciona que la importancia de esta puede ser vista desde diferentes perspectivas como la responsabilidad ética, la demanda del consumidor, reputación y confianza de la marca y la sostenibilidad entre otras, “Es imperativo que las corporaciones tengan en cuenta los efectos de sus operaciones en la sociedad y medio ambiente. Numerosas compañías se han comprometido a ser socialmente responsables, lo que les ha resultado en una reputación positiva y en clientes leales. La implementación de las practicas sostenibles a través del Mercadeo Social puede llevar a

ahorrar costos y ayudar a las empresas a adaptarse a los cambios normativos”]. (Admin, 2023b)

El marketing social se basa en técnicas que traen beneficios a comunidades, cuyo objetivo es proponer nuevos comportamientos basados en las necesidades y deseos de un público objetivo. Se vive en un mundo en donde solamente se piensa en el beneficio personal y en donde se implementan estrategias para generar más ventas y mayor posicionamiento, pero son pocas las empresas que piensan en sus colaboradores, la responsabilidad social y el impacto socioambiental que puede generar su actividad económica. Así como el mercadeo que es una herramienta poderosa y de gran importancia en cada compañía porque no solo genera ventas, fidelización, reconocimiento y posicionamiento, sino que también genera un vínculo cercano con la compañía; por ello el marketing social también debería ser implementado en todas las industrias y sectores económicos, no solo a nivel Bogotá sino a nivel Colombia, ya que, genera no solo un beneficio económico sino un beneficio social y medioambiental.

No hay que dejar de lado el hecho de que la pandemia ha traído consecuencias graves a las empresas como la finalización de contratos, despidos masivos, entre otros, como también la reducción de exportaciones de materias primas. “China is a critical supplier of textile inputs. Hence, when the disruptions started with China, the impact consequently extended throughout the whole global market”. (Chakraborty, S., & Biswas, M. C; 2020, p. 4) [“China es un proveedor fundamental de insumos textiles. Por lo tanto, cuando las perturbaciones comenzaron en China, el impacto se extendió a todo el mercado global”. (Traductor Google)] Las pocas empresas que han logrado salir a flote lo han hecho gracias a esfuerzos conjuntos entre la empresa y sus colaboradores, por otro lado, la falta de

oportunidades para las personas, los problemas políticos, económicos, alimentarios, educativos y de salud que enfrenta hoy en día el país son factores que han impedido el crecimiento progresivo de la industria textil. Es así como el mercadeo social surge de la necesidad de proponer cambiar el pensamiento y el comportamiento de la sociedad para el bien común, sin embargo, el termino no es tan conocido en el mundo, por ello es importante recalcar su importancia y el valor que genera en una empresa. El mercadeo social es una herramienta valiosa para promover prácticas sostenibles y de responsabilidad social en la industria textil colombiana ya que es una de las industrias más importantes del país, asegurando el empleo y la riqueza para millones de personas a nivel nacional. Sin embargo, la industria enfrenta muchos desafíos incluida la competencia global de países como China y Bangladesh, la falta de prácticas sostenibles, la explotación laboral y la necesidad de mejorar la reputación.

En la presente investigación se ha llevado a cabo como se puede utilizar el mercadeo social para crear estrategias y posibles soluciones al sector y que se promueva una industria textil colombiana más sostenible. Primero, se discutieron las prácticas sostenibles en la industria textil y cómo se puede utilizar el mercadeo social para implementarlas ya que al investigar se ha evidenciado que la gran mayoría de empresas no conocen el termino de mercadeo social y como este lo pueden implementar en su organización para obtener beneficios. En segundo lugar, se implementó la educación del consumidor sobre la importancia de elegir productos sostenibles y cómo se puede utilizar el mercadeo social para impulsar la demanda de estos productos. En tercer lugar, se analizaron las prácticas justas y éticas en el lugar de trabajo y cómo se puede utilizar para fomentar la adopción en toda la cadena de suministro final.

## **Prácticas sostenibles en la industria textil**

La implementación de enfoques sostenibles se ha vuelto de gran importancia para numerosas empresas en la industria textil de Colombia. Esto se debe a que la sostenibilidad ambiental y social se ha convertido en una inquietud fundamental para los consumidores. En este sentido, las compañías textiles colombianas han iniciado la producción de prendas y artículos sustentables, utilizando materiales como algodón orgánico y bambú, entre otros elementos eco amigables. El mercadeo social se emplea como herramienta clave para educar a los consumidores acerca de los beneficios inherentes a estos materiales y para estimular su adopción en la industria textil; Para ellos es viable diseñar campañas de marketing social que destaquen los beneficios de la sostenibilidad, en aras de reducir tanto el impacto ambiental como promover la salud de los consumidores. Además, esta estrategia se puede destinar para promover prácticas de producción sostenibles, como la disminución del consumo de luz y agua, la adecuada administración de residuos y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. De esta forma, se busca informar a los consumidores acerca de la relevancia de optar por productos sostenibles.

Los compradores están cada vez más conscientes del impacto negativo que las prácticas inadecuadas de las empresas textiles tienen con el medio ambiente. Por ello, buscan activamente alternativas más sostenibles que contribuyan al ambiente. Tal como revela la investigación, el marketing social desempeña un papel crucial al impulsar la demanda de productos sostenibles y al educar a los consumidores sobre los beneficios asociados a ellos, este enfoque busca fomentar prácticas responsables y provechosas como resultado, hubo un incremento en la disponibilidad de productos orgánicos provenientes de las empresas textiles colombianas.

La industria de la moda constituye un sector global de la economía que genera ingresos anuales considerables. Los estilos y tendencias evolucionan de una temporada a otra. No obstante, a medida que la producción de prendas aumenta, también se incrementan los problemas de contaminación, desperdicio y explotación laboral. Por suerte, Bogotá, está experimentando un auge en la economía sostenible a través del enfoque de la economía circular; Este enfoque busca prolongar el ciclo de vida de los productos, incluyendo la reutilización y el reciclaje de ropa, así como la fabricación y comercialización de jeans. En este artículo, se analiza el impacto de estas prácticas en Bogotá y cómo están transformando la industria de la moda hacia un modelo más circular, que busca reducir la producción y el consumo excesivo.

El reciclaje y la reutilización de prendas están ganando popularidad en Bogotá, gracias a varias iniciativas y organizaciones que trabajan para reducir el desperdicio de ropa y promover prácticas más sostenibles en el sector de los jeans. Por ejemplo, Ropa Libre es una organización sin ánimo de lucro la cual recibe ropa usada para donarlas a personas en situación de pobreza. En Bogotá también existen tiendas de segunda mano como el Reto de la Moda, que vende ropa usada a precios asequibles, atrayendo a quienes buscan calidad a precios más bajos, Además, hay empresas como La Tapa que se especializan en reciclar ropa tomando donaciones de prendas usadas y las transforman en nuevos productos como bolsos y accesorios. Esto permite aprovechar al máximo la ropa que se recibe y así utilizando nuevos métodos para prolongar el ciclo de vida de la prenda.

La promoción de servicios juega un papel crucial en la confección de moda en Bogotá, dado que los compradores y consumidores han cobrado una mayor conciencia sobre la sostenibilidad y buscan marcas que ofrezcan productos y servicios respetuosos del

medio ambiente. Empresas como Green Factory presentan prendas fabricadas con materiales sostenibles como algodón orgánico y Tencel, lo que establece una diferenciación en el mercado al enfocarse en la eco-sostenibilidad y una ética ambiental sólida. Otro participante destacado en el ámbito de servicios sostenibles es La Tienda Verde, que no solo ofrece ropa ética y sostenible, sino que también imparte talleres y cursos sobre la relevancia de la sostenibilidad en la moda y cómo los consumidores pueden tomar decisiones para reducir su impacto ambiental.

La industria de la moda de Bogotá es una pieza esencial; sin embargo, todavía no ha adoptado muchas de las estrategias que ya están siendo implementadas por marcas extranjeras como Chevignon y Studio F, estas marcas son reconocidas por sus diseños de jeans de alta calidad y su producción ética y sostenible. Chevignon se ha comprometido a utilizar algodón orgánico en la fabricación de sus jeans y emplea técnicas de producción sostenible, incluyendo tintes naturales y la reducción de desechos. El reciclaje de jeans y la reutilización de ropa son acciones cruciales en la lucha contra la contaminación y el cambio climático. La fabricación de prendas es una de las industrias más perjudiciales para el medio ambiente, con miles de toneladas de ropa desechadas anualmente en todo el mundo.

### **El problema de la ropa desechada**

La industria textil en especial el sector dedicado a la fabricación, confección y producción de jeans es uno de los que más contaminación genera. En un artículo de Editorial La República, nos muestra todo el ciclo de vida y las cifras sobre los recursos naturales que son utilizados para la fabricación de un sola pieza de jean, un solo pantalón emplea aproximadamente 11.500 litros de agua, 32 kilogramos de dióxido de carbono y 10 kilogramos de colorantes y químicos, lo que quiere decir que, multiplicando dicha

cantidad por las más de 1.000 millones de unidades de prendas que se fabrican anualmente a nivel mundial, el resultado es de unos 11,500 millones de litros, 32.000 kilogramos de CO<sub>2</sub> y 10.000 kilogramos de colorantes (Editorial La República S.A.S., 2018). La mayoría de estas prendas no se aprovechan al máximo y esto tiene un impacto devastador en el medio ambiente, ya que la ropa desechada termina en basureros, en ríos o incluso es quemada la ropa. Para abordar este problema, muchas organizaciones han lanzado campañas de concientización sobre las prendas de segunda mano, estas campañas pretenden fomentar el reciclaje de los jeans en lugar de tirarlos. Uno de los ejemplos más relevantes en la industria colombiana es el de Artextil, compañía que expuso una idea innovadora que crea una apariencia de denim por medio de pasta de índigo: “Con esta pasta, se pueden ahorrar hasta 5.000 litros de agua por prenda. Además, reciclamos 40% del agua residual”, explicó Ana Marcela García, jefe de marca de Artextil. (Editorial La República S.A.S., 2018). Por otro lado, la marca extranjera Levi’s lanzó una campaña de jeans llamada Jeans Don’t Drop Esta campaña anima a la gente a reciclar sus jeans y proporcionan información sobre cómo hacerlo, además la marca también lanzó una línea de jeans reciclados para demostrar que el reciclaje puede ser una solución sostenible en la industria de la moda.

### **Campaña de concientización sobre el reciclaje de ropa**

Además de la práctica de reciclar jeans, existen diversas campañas enfocadas en la reutilización de prendas. Estas iniciativas están diseñadas con el propósito de animar a las personas a optar por ropa de segunda mano o reutilizar prendas que ya poseen en lugar de adquirir nuevas. Una de las organizaciones más reconocidas que promueve esta filosofía es Good Will la cual recibe donaciones de prendas usadas y las pone a la venta en tiendas de segunda mano. Por otro lado, los programas de intercambio y reciclaje de ropa presentan

soluciones sostenibles que pueden reducir tanto la cantidad de prendas descartadas como la huella de carbono del sector industrial.

Dentro de las colecciones de moda sostenible, la premisa central es disminuir el impacto ambiental y social relacionado con la producción y el consumo de prendas. Estas colecciones recurren a materiales sostenibles y técnicas de producción amigables con el medio ambiente, apoyando así los principios de la economía circular y la reducción de desechos. Un ejemplo de moda sostenible es la colección Circular de jeans de la marca H&M. Que se basa en técnicas de producción sostenibles y la utilización de materiales reciclados para crear jeans nuevos. Esta colección es una forma efectiva de fomentar la sostenibilidad en la moda y avanzar hacia la economía circular. Adicionalmente, la marca H&M alienta a sus consumidores a tomar conciencia sobre el uso de prendas, ya que en diversos puntos de venta se brinda la posibilidad de entregar prendas usadas a cambio de bonos regalo.

### **Reciclaje de jeans y reúso de prendas de vestir en Bogotá**

(De Comercio De Bogotá, s. f. 2018) El artículo "El Auge de la Industria del Denim en Colombia" subraya que, en la última década, Colombia ha fabricado 500 millones de estos pantalones, muchos de los cuales han sido destinados a satisfacer la demanda en otros mercados, como resultado el país ha logrado posicionarse como el principal exportador de jeans en América del Sur y el tercero en Latinoamérica. En la actualidad, esta prenda constituye el 10% de las exportaciones textiles y llega a alrededor de 70 naciones, con especial énfasis en Estados Unidos, México y Ecuador. En Bogotá, donde existe una

notoria acumulación de ropa usada y desechada, la producción y el consumo masivo de jeans tienen un impacto significativo en el entorno ambiental y social de la ciudad.

Uno de los proyectos pioneros de Bogotá en moda sustentable es una iniciativa denominada “Moda Circular”. El proyecto se dedica a utilizar materiales reciclados y técnicas de producción sostenibles para crear nuevas prendas. Estas acciones son una excelente manera de promover la sostenibilidad en la industria de la moda y estimular la reutilización de la ropa en la capital.

Un estudio sobre economía circular de las naciones unidas “The idea of the circular economy has a beneficial impact on the ecosystem. In light of the fact that the main objective of a circular economy is to decouple financial growth from resource use, the global economy will recover a significant additional supply of \$2 trillion annually by 2050, according to the 2017 report of the United Nations Environment Programme (Thatta, S., & Polisetty, A. (2020) [“La idea de la economía circular tiene un impacto beneficioso en el ecosistema. A la luz de que el principal objetivo de una economía circular es desvincular el crecimiento financiero del uso de recursos, la economía global recuperará un importante suministro adicional de 2 billones de dólares anuales para 2050, según el informe de 2017 del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente”.] (Deepl traductor).

Otro proyecto que contribuye a la promoción de la moda sostenible en Bogotá es la iniciativa de la Ropa de Segunda Mano. Está enfocado en otorgar una segunda oportunidad a las prendas ya existentes y reducir la cantidad de desechos. El proyecto abarca la apertura de tiendas especializadas en ropa de segunda mano y la organización de eventos destinados al intercambio de prendas. Una vez más, esta propuesta demuestra ser una forma altamente efectiva de fomentar la sostenibilidad en la moda y propagar la práctica del uso prolongado

de las prendas. Así lo indica The Ellen MacArthur Foundation mentioned the three principles and the main concept of the Circular Economy, “Eliminate waste and pollution, circulate products and materials (at their highest value), and Regenerate nature” The circular economy is an extremely sustainable system that aims to reduce waste and restore natural resources. It works by continuously maintaining, reusing, refurbishing, remanufacturing, recycling, and composting products, and materials, all with the goal of keeping them in circulation. [“La fundación Ellen MacArthur menciona los tres principios y el principal concepto de la economía circular, “Eliminar los desperdicios y la contaminación, hacer circular los productos y materiales (a su máximo valor) y regenerar la naturaleza” La economía circular es un sistema bastante sostenible que permite reducir los desechos y restaurar

los recursos naturales. Funciona manteniendo, reusando, restaurando, remanufacturando, reciclando y compostando continuamente productos y materiales, todo con el propósito de mantenerlos en circulación”.] (¿What is a circular economy?, s. f.)

El jean originalmente fue concebido como parte del vestuario de trabajo, pero ha evolucionado hasta convertirse en una prenda de uso diario, especialmente para las mujeres, como lo señala Estupiñán (Comercio De Bogotá, sf 2018). Esta prenda es importante en cualquier closet, pero esto se ha convertido en consumismo desenfrenado, en especial en las mujeres, Según un estudio realizado por el clúster de prendas de vestir de Bogotá, los jeans lideraron las compras con un 21% en el segundo trimestre de 2020, lo cual ha ido en aumento en años posteriores. Esto implica que la adquisición de prendas ha crecido desde la pandemia, llevando consigo un mayor impacto ambiental y una mayor utilización de recursos en su producción.

A pesar de esta tendencia, la investigación revela que muy pocas empresas han adoptado campañas sostenibles o procesos ecológicos que contribuyan al medio ambiente, o que generan una conciencia de sostenibilidad en la sociedad. Un estudio publicado por (Editorial La República SAS, 2022) muestra que las generaciones más jóvenes son las más conscientes del valor de las prendas de segunda mano, donde el 40% de las personas menores de 24 años optan por prendas usadas en comparación con el 20% de personas mayores de 37 años. Esto sugiere que existe una menor conciencia ambiental entre las generaciones más antiguas, mientras que las nuevas generaciones tienen una mentalidad más protectora y comprometida con el planeta, optando por soluciones beneficiosas para el medio ambiente. De acuerdo con un informe de la comisión europea, indican que According to the European Commission, “Colombia achieved a significant accomplishment in 2019 as it became the first Latin American country to implement a national circular economy strategy. This pioneering approach targets six key material and resource flows, namely packaging, construction, industrial materials, mass consumer products, natural resources, and energy, with a focus on promoting sustainability and green growth.” [“En 2019 Colombia alcanzó un logro significativo al convertirse en el primer país de Latinoamérica en implementar una estrategia nacional de economía circular. Este planteamiento pionero se centra en 6 flujos claves de materiales y recursos, envases, construcción, materiales industriales, consumo masivo de productos, recursos naturales y energía, con el objetivo de promover la sostenibilidad y el crecimiento ecológico”]. (Colombia shows the way to go circular, 2021).

Adicionalmente, según un artículo del diario La República del 7 de marzo de 2022, el mercado de prendas de segunda mano está en ascenso en Colombia. Actualmente,

Bogotá lidera con el 40% de las compras de ropa usada, seguida de Medellín con el 23%, Barranquilla con el 22%, Cali y Bucaramanga con el 15% cada una (Editorial La República, 2022). A nivel global, la inflación y el aumento en los precios de los materiales para la fabricación de prendas han llevado a muchas personas a optar por prendas de segunda mano. Como indicó el Boston Consulting Group, esta economía de moda circular ahora tiene un valor estimado entre 100,000 y 120,000 millones de dólares, triplicando la cifra de 2020. Además, se prevé que alrededor de 33 millones de consumidores incrementarán su gasto en ropa de segunda mano en los próximos cinco años, alcanzando los 77, 000 millones de dólares. Específicamente, la generación Z y los millennials son quienes más se comprometen con la compra de artículos de segunda mano, según ThredUP.

Las compañías de textiles en Bogotá han optado por incorporar materiales sostenibles debido a su comprensión de que no solo los clientes finales demandan estos materiales, sino que también las ferias tanto nacionales como internacionales están considerando este factor al evaluar qué empresas pueden participar y mostrar sus productos al público. En este contexto, la feria más grande de textiles y moda en Colombia, 'Colombiatex de las Américas', se centró en empresas sostenibles, logrando ventas inmediatas por un total de cerca de 6 millones de dólares con la participación de más de 18,000 compradores. Esto señala claramente que la región está enfocada en aspectos ambientales y sociales. Por ello es importante conocer opiniones de expertos sobre la economía circular y la cadena de valor que se genera a través de nuevos y mejores conocimientos que impulsan a un crecimiento y desarrollo sostenible, así lo indica Luis Alves “Due to the fundamental need for clothing for human survival, as well as its economic and labour contribution to the value chain of today's society, the textile and

clothing industry is now inevitable. However, this industry, which includes the fashion industry, has a significant environmental impact throughout its value chain, particularly in terms of water use, chemical pollution, CO<sub>2</sub> emissions and massive waste”. ((National Center for Biotechnology Information. (s. f.). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov>). [“ Debido a la necesidad fundamental de prendas de vestir para la supervivencia humana, así como su contribución económica y laboral a la cadena de valor de la sociedad actual, la industria textil y de la confección es ahora inevitable. Sin embargo, esta industria, que incluye la industria de la moda, tiene un impacto ambiental significativo en toda su cadena de valor, particularmente en términos de uso de agua, contaminación química, emisiones de CO<sub>2</sub> y residuos masivos”.] (Traductor Google).

Es relevante subrayar que el sector de la moda desempeña un papel de gran envergadura en el PIB nacional. Un estudio publicado por Mall & Retail en 2019 ofrece información detallada sobre los aspectos de moda en el país, con el objetivo de dar a conocer la influencia significativa de la industria textil en el sector. La moda sigue siendo líder en las ventas de centros comerciales, representando aproximadamente el 35%, incluyendo moda femenina y masculina, ropa infantil, prendas interiores y deportivas. Además, en el ámbito del sector textil, se destacan las principales empresas que registraron ingresos superiores a 4.000 millones de dólares durante 2020. Colombian Trade mentioned the 5 competitive factors of the Colombian textiles and apparel industry “The local industry is always striving for innovation and diversification. This is evident not only in the use of innovative raw materials, such as Fibretex’s recycling of textile waste into fiber, but also in the industry’s digital expansion. Innovation is accompanied by a wide and diverse range of offerings. The country’s industry is reliable and experienced, with over 100 years of

tradition and a strong support network of public and private partners. This country is an ideal export hub with quick delivery times to major American ports in under three days and European ports in just twelve days. Access to 680 international ports and over 4,500 maritime routes make this possible. Colombian industry combines traditional methods with modern technology to produce high-quality raw materials at competitive prices. Colombia's industry prioritizes sustainable use of natural resources, creating eco-friendly raw materials, and adopting circular economy practices.” [“Colombian Trade mencionó los 5 factores competitivos de la industria textil y de confección colombiana “La industria local siempre se esfuerza por lograr innovación y diversificación. Esto no solo es evidente en el uso de materias primas innovadoras, tales como el reciclaje de residuos textiles en fibra de Fibretex, sino también la industria expansión digital de la industria. La innovación va acompañada de una oferta amplia y diversa. La industria del país es confiable y experimentada, con cerca de 100 años de tradición y una fuerte red de apoyo de socios públicos y privados. Este país es un centro de exportación ideal con tiempos de entrega rápidos a los principales puertos de América en menos de 3 días y a Europa en solo 12 días, Esto gracias al acceso a 680 puertos internacionales y más de 4.500 rutas marítimas lo hacen posible. La industria colombiana combina métodos tradicionales con la tecnología moderna para producir materias primas de alta calidad a precios competitivos adicional prioriza el uso sostenible de recursos naturales creando materias primas ecológicas y adoptando prácticas de economía circular”]. (Noticias, s. f.).

En la localidad de Santa Fe, en Bogotá, se encuentra la mayor concentración de la industria textil. Un total de 1460 empresas, que representan el 6,5% de las empresas registradas en la CCB, tienen presencia allí. Entre ellas, 450 se dedican a la confección de

prendas y su principal centro de distribución y venta al público se sitúa en el corazón de la ciudad, el centro. Este sector contribuye con cerca de 300,000 empleos en Bogotá, generando ventas anuales de aproximadamente 12 billones de pesos y exportaciones por más de 180 millones de dólares. Es un actor clave en la industria textil, evidenciando crecimiento laboral, producción y ventas. Aquí florecen emprendedores comprometidos con expandir sus negocios y marcas, como Xixmo Jeans, una empresa emblemática de la zona que, con casi 16 años en el mercado vende sus famosos jeans levanta cola en 12 países, incluyendo Panamá, Ecuador, España y Estados Unidos. Xixmo Jeans respalda a 50 empleadas indirectas y que son madres cabeza de familia, responsables de confeccionar sus prendas. (CCB, 2020).

No obstante, ¿Por qué se elige esta estrategia de mercadeo social en el sector textil y enfocado en la producción y fabricación de jeans? El enfoque de esta investigación se dirige hacia la alta demanda actual, constantemente vemos cómo surgen más iniciativas en el ámbito de la moda. Reconocemos que, como mencionamos previamente, es un sector que impulsa la economía a nivel nacional, pero también somos conscientes del impacto considerable que la fabricación de prendas, sobre todos los jeans, dado que esta prenda es utilizada por un público diverso y es vital abordar el impacto ambiental que genera esta industria, así aspiramos a través de estrategias sociales a reducir gradualmente dicho impacto.

Si bien muchas empresas locales e internacionales están trabajando actualmente para mejorar el impacto ambiental de la producción textil, es crucial generar conciencia general y profundizar en los problemas fundamentales de la industria. Esto es necesario para crear mejores condiciones para la industria y los consumidores afectados. Tras

comprender los conceptos fundamentales del mercadeo social, el sector textil y específicamente la manufactura de jeans en Bogotá, es esencial diseñar estrategias y canales para implementar y difundir estas ideas. El propósito es generar un beneficio social sostenible, favorable y económico tanto para las empresas como para la población de Bogotá. Aprovechar las herramientas actuales como las redes sociales y las alianzas estratégicas es esencial para crear un impacto social positivo que contribuya a un crecimiento, reconocimiento y posicionamiento de marcas más sólidas.

Todavía existe un gran vacío en comprender completamente el concepto que engloba el mercadeo social, una parte crucial del marketing que muchas compañías aún no logran valorar en su totalidad. A medida que avanza en esta investigación, queda claro que a medida que el tiempo avanza y los días pasan, los sectores económicos siguen explotando los recursos naturales sin una conciencia adecuada. En este sentido, no se observan medidas efectivas de control que pueden al menos reducir el impacto negativo. Esto no solo afecta al medio ambiente, sino que también provoca efectos adversos en todos los alrededores de la sociedad: como lo son el social, cultural, económico y salud. Después de analizar la situación actual en términos generales, es necesario profundizar en el tema central de esta investigación. Se destaca que la moda juega un papel crucial en la economía del país. ¿Quién no requiere una prenda en algún momento? Esta necesidad se hace presente en diversas circunstancias: cumpleaños, ocasiones especiales, Navidad, e incluso en momentos cotidianos que no exigen un motivo para adquirir una prenda.

A lo largo de la historia, los jeans han mantenido una tendencia constante, desde su producción hasta llegar al consumidor que compra el pantalón. Sin embargo, ¿qué sucede con las personas que contribuyen en cada paso para que esos jeans cumplan su propósito?

En respuesta a esta pregunta y basándonos en la ubicación elegida para este estudio, queda claro que detrás de cada par de pantalones vendidos en el área del centro existen muchas manos que participan en la creación de las piezas. Estos jeans son ideados por madres cabezas de familia y personas de escasos recursos, quienes no tienen formación en diseño o manejo de materiales, aportan su creatividad, se inspiran en sus experiencias diarias y fusionan estas vivencias con las tendencias pasadas y actuales de moda.

Todo comienza en las grandes fábricas del sector primario, donde se procesan y transforman los recursos necesarios para obtener las telas que se utilizarán en la confección de las prendas. Luego entran en juego las personas que adquirieron la materia prima, desplazándose desde sus hogares hasta las fábricas de telas. No debemos olvidar reconocer también a quienes transportan estos insumos, así como a las empresas que producen hilos de alta calidad. Además, hay personas, a menudo trabajando horas extra, que operan máquinas de coser con dedicación para llevar a cabo la transformación de la materia prima en el producto final.

Después de la etapa de fabricación y con la participación de todos los involucrados en el proceso de venta, entra en escena aquellos individuos que se encuentran en las calles ofreciendo los jeans. Esto no solo genera publicidad de voz a voz, sino que también indirectamente promociona la tienda, atrayendo posibles compradores. Todo este proceso tiene como objetivo generar conciencia en las personas sobre cómo la producción de una sola pieza puede tener un impacto económico significativo en muchas familias y contribuir a la generación de nuevos puestos de trabajo.

Para finalizar esta investigación se centró en el uso de los recursos humanos en la industria textil y evaluó tres ejes principales. En primer lugar, como el mercadeo social

puede apoyar la implementación de prácticas sostenibles en la producción textil. En segundo lugar, el papel en la educación de los consumidores y la promoción de la importancia de los productos sostenibles. Finalmente, se analizó la capacidad para promover prácticas justas y equitativas a lo largo de su cadena de suministro.

Además, la importancia económica de la industria textil colombiana y los problemas a los que se enfrenta (como la competencia internacional y la escasez crónica) demuestran la importancia del factor humano como herramienta para abordar estos problemas. Esta investigación fomenta la creación y promoción de compañías ecosostenibles en la industria textil colombiana como enfoque necesario para conseguir negocios sostenibles y fiables. También demuestra la necesidad de aumentar la conciencia empresarial en la parte ambiental como en la parte humana; esto quiere decir que las empresas deben adoptar medidas que contribuyan con el medio ambiente pero también que contribuyan al crecimiento de empleos.

## Conclusiones

A través de este trabajo de investigación se analizaron los desafíos, oportunidades y puntos de crecimiento de la industria textil en Bogotá, y se concluyó que esta industria tiene algunas falencias, como lo indica Carlos Betancourt empresario del sector de confecciones la industria se ha visto afectada por el ingreso excesivo de prendas del exterior en especial de China, esto no permite tener una visual del panorama que se vive en el país, si no que deja al descubierto como se priorizan las exportaciones; en este caso el país debería generar mayor apoyo a temas de las importaciones del país y en especial al sector industrial; ya que muchas familias se benefician del crecimiento que puedan tener las empresas al tener una mayor demanda para la producción de prendas.

Estadísticamente, la industria de los textiles es un sector bastante significativo para la economía del país porque gracias a la elaboración de un jean, hay miles de familias que se benefician bien sea porque lo fabrican o lo comercializan, pero también es uno de los más perjudiciales para la sociedad en cuanto a la calidad del medio ambiente. Sin embargo, se puede mencionar que por medio de herramientas de marketing como lo es el mercadeo social, implementar estrategias eficientes lograría reducir el impacto ambiental y aumentar la calidad de vida de la sociedad.

Como lo ha demostrado esta investigación en el sector textil, y en particular en el sector de los jeans, esto beneficia principalmente a los microempresarios que publicitan sus productos de alta calidad, pero también se benefician las personas informales que venden sus productos. Grandes productos San de San Victorino que mejoran la calidad de vida, como el vino tinto y otros productos.

## Referencias

- A. (2021a, agosto 13). Estrategias de marketing social en las empresas. Negocios digitales Movistar. <https://negociosdigitalesmovistar.com/emprendimiento/que-es-marketing-social-descubre-como-planear-la-accion/>
- Admin. (2023, 11 Julio). Societal Marketing Strategy: meaning | importance | Examples - The Strategy Story. *The Strategy Story - Simplifying Business Strategies*. <https://thestrategystory.com/blog/societal-marketing-strategy-meaning-importance-examples/>
- Alves, L., Cruz, E. F., Lopes, S. I., Faria, P. M., & Da Cruz, A. M. R. (2021). Towards circular economy in the textiles and clothing value chain through blockchain technology and IoT: A review. *Waste Management & Research*, 40(1), 3-23. <https://doi.org/10.1177/0734242x211052858>
- Andrés Marín, MA, Rodríguez Acosta, SA, & Lugo Páez, LE (2019). Estrategias de mercadeo social para el fomento de la responsabilidad social empresarial en la industria textil de Colombia. *Estudios Gerenciales*, 35(152), 184-194.
- Chakraborty, S., & Biswas, M. C. (2020). Impact of Covid-19 on the textile, apparel and fashion manufacturing industry supply chain: Case study on a ready-made garment manufacturing industry (3.<sup>a</sup> ed., p. 4). USA: © Henry Stewart Publications 2516-1814. Recuperado de <https://www.henrystewartpublications.com/sites/default/files/SCM3.2ImpactofCOVID19onreadymadegarmentindustrysupplychain.pdf>
- Colombia shows the way to go circular. (2021, septiembre). Intpa. Recuperado 19 de septiembre de 2023, de <https://ec.europa.eu/newsroom/intpa/items/700279/en>
- Circular Economy Introduction. (s. f.). <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>
- De Bogotá, C. D. C. (s. f.). Clúster de Prendas de Vestir, Cámara de Comercio de Bogotá <https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Septiembre-2018/Colombia-Industria-del-jean-sigue-creciendo-en-el-pais>.
- De Comercio De Bogotá, C. (n.d.-b). Clúster de Prendas de Vestir, Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Noviembre-2020/El-GranSan-en-la-cuarta-Ruta-de-Reactivacion-Empresarial-de-la-CCB>

- Editorial La República S.A.S. (2022, 4 marzo). Consumo de moda en Colombia cerró ventas por \$27,7 billones el año pasado. Diario La República. <https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-moda-en-colombia-cerro-ventas-por-27-7-billones-el-ano-pasado-3316367>.
- Editorial RSyS. (2023, 14 enero). Marketing Social: qué es, definición, tipos, características y ejemplos. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/marketing-social-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/>
- García, LM (2016). Marketing Social en la Industria Textil Colombiana: Una Alternativa para una Producción Sustentable.
- Hernández-Rodríguez, Y. (2016). Impacto del mercadeo social en la satisfacción del cliente: un estudio aplicado a la industria textil de Colombia. Revista Científica de Administración, Finanzas e Informática, 5(1), 1-14.
- Herrera, F., & Herrera, F. (2022, 21 julio). Beneficios del marketing social en las empresas y la sociedad. Roastbrief. <https://roastbrief.com.mx/2015/03/beneficios-del-marketing-social-en-las-empresas-y-la-sociedad/>
- Importancia Del Marketing Social en Colombia. (s. f.). <https://1library.co/document/zg97d12q-importancia-del-marketing-social-en-colombia.html>
- La moda sostenible en Colombia. (2021, 26 septiembre). Caracol Radio. Recuperado 17 de mayo de 2023, de [https://caracol.com.co/programa/2021/09/26/planeta\\_caracol/1632661140\\_980620.html](https://caracol.com.co/programa/2021/09/26/planeta_caracol/1632661140_980620.html)
- Más Colombia. (2021, 30 diciembre). La oportunidad de oro para el sector textil y de confecciones [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TYx-2S-syaQ>
- Marketing social: Su importancia en la resolución de problemas sociales. (2018, agosto). Revista Científica de la UCSA. Recuperado 17 de marzo de 2023, de [http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2409-87522018000200026](http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522018000200026)
- Mazo, A. J., Pulgarin Rondón, A. S., & Montoya Cano, M. del M. (2020). Retos y oportunidades de la industria textil y confección en el momento actual en Colombia. (p. 4). Medellín: ESUMER Institución Universitaria. Recuperado de

<https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2095/1/Trabajo%20de%20Grado.pdf>

Restrepo, LA y Arboleda, A. (2018). La implementación de estrategias de mercadeo social para el fomento de la responsabilidad social empresarial en la industria textil colombiana. *Revista Científica de Administración, Finanzas e Informática*, 7(1), 1-13.

Rodríguez, JJ (2017). El mercadeo social y su incidencia en la competitividad de las empresas textiles en Colombia. *Revista Científica de Administración, Finanzas e Informática*, 6(1), 1-13.

Suárez, M. (21 de febrero de 2020). Borrador de decreto del Gobierno propone arancel de 40% a importaciones de textiles. Obtenido de W Radio:

<https://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/borrador-de-decreto-del-gobiernopropone-arancel-de-40-a-importaciones-de-textiles/20200221/nota/4016859.aspx>

Textile Infomedia. (s. f.). Textile industry in Colombia - Apparel and Fabrics business sector Colombia Overview | Textile business sector and Overview of textile industries of Colombia.

Textileinfomedia.com. <https://www.textileinfomedia.com/textile-industry-in-colombia>

Textiles and apparel industry in Colombia and its growth through innovation and competitiveness. (s. f.). Colombia

Trade. <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/textile-and-apparel-industry-in-colombia>

Thatta, S., & Polisetty, A. (2020). The future is circular: A case study on MUD jeans. *FIIB business review*, 11(2), 137-146. <https://doi.org/10.1177/2319714520950163>

20 Social Marketing Examples (With Definition and Uses). (2023, febrero). Indeed. Recuperado 19 de septiembre de 2023, de <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-marketing-examples#:~:text=Social%20marketing%2C%20or%20marketing%20for,it%20has%20a%20social%20focus>

What is a circular economy? (s. f.). The Ellen Macarthur

Foundation. <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>