

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COMERCIO DIGITAL EN
LA ECONOMÍA NARANJA ESPECÍFICAMENTE EN EL
ÁREA CREATIVA Y DE INNOVACIÓN EN EL SECTOR
TEXTIL DURANTE EL PERIODO DE 2019 A 2024 EN LA
REPÚBLICA DE COLOMBIA.**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR**

**SUSTENTANTE: VALERIE SHARLOTT DURÁN QUIRÓS
TUTORA: LIC. MÓNICA DELGADO MARÍN**

SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ, ENERO, 2025

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Objetivos de la investigación	15
1.2.1 Objetivo general	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	15
1.3 Justificación.....	15
1.4 Antecedentes.	18
1.5 Proyecciones.....	30
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	32
2.1 Marco Histórico.....	32
2.2 Marco Conceptual	40
2.2.1 Economía Naranja	41
2.2.2 Industria textil.....	41
2.2.3 Comercio digital	41
2.2.4 Comercio electrónico o e-commerce	42
2.2.5 Moda sostenible.....	42
2.2.6 Moda rápida o Fast Fashion.....	43
2.2.7 Emprendimientos / PyMES	43
2.3 Marco Referencial	44
2.3.1 Liberalismo comercial	47
2.3.2 Constructivismo.....	49
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	51
3.1. Enfoque de la investigación	51
3.2. Diseño de investigación	52
3.3. Fuentes de información	53
3.3.1 Fuentes primarias	54

3.3.2. Fuentes secundarias.....	55
3.4 Población y Muestra.....	55
3.4.1 Población.....	55
3.4.2 Muestra.....	56
3.5 Unidad de análisis	57
3.6 Instrumentos.....	57
3.6.1 Revisión bibliográfica	57
3.6.2 Entrevista.....	58
3.7 Proceso de recolección y análisis de datos.....	58
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	60
Objetivo 1: Reconocer la importancia de la industria textil y la evolución que ha experimentado el comercio y sus formas en la República de Colombia.....	60
4.1.1 Importancia de la industria textil en Colombia	60
4.1.2 Cambios en el comercio de productos textiles.	63
4.1.3 Retos actuales y tendencias	68
Objetivo 2: Explicar el liderazgo que ha tenido la República de Colombia con respecto a la economía naranja en América Latina.....	74
4.2.1 Inversión y apoyo a emprendedores creativos.....	74
4.2.2 Liderazgo regional en América Latina	77
4.2.3 Impacto en la economía y la sociedad	79
Objetivo 3: Mostrar las estrategias que ha implementado la República de Colombia en la aplicación de la Economía Naranja.....	81
4.3.1 Transformación del comercio a través de la creatividad	82
4.3.2 Aplicación de leyes.....	85
4.3.3 Inclusión y oportunidades para comunidades diversas.....	88
Objetivo 4: Describir el impacto cultural y creativo que ha tenido la Economía Naranja en el comercio e industria colombiana.....	90
4.4.1 Revalorización de la identidad cultural colombiana en el comercio	91

4.4.2 Fortalecimiento del emprendimiento cultural.....	94
4.4.3 Dinamización del comercio digital y redes sociales.....	97
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	108
5.1 Conclusiones	108
5.2 Recomendaciones.....	110
LISTA DE REFERENCIAS	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	56
---------------	----

Dedicatoria

Le dedico este trabajo a mi principal fuente de apoyo e inspiración quien estuvo conmigo durante toda mi carrera y quien sin Él no hubiese sido posible el que yo llegaré hasta este punto de mi vida y carrera. Le agradezco a Dios primeramente por darme la bendición y el privilegio de estudiar y cumplir este sueño tan anhelado de toda mi vida. También, desde lo más profundo de mi corazón y con amor le dedico este trabajo a mis padres por impulsarme y enseñarme que con dedicación y esfuerzo todo es posible, por enseñarme a creer en mí y ser mi apoyo en todo momento, a mi hermana, Ashley por creer en mí y en mis sueños, estar a mi lado en los momentos más turbulentos de mi vida y carrera y por ser siempre mi cómplice y cuidar de mis sueños.

Agradecimientos

De igual manera, le agradezco a mi novio Gabriel por estar conmigo durante todo este proceso aconsejándome y ayudándome durante la elaboración de mi tesis, así como por sacarme una sonrisa y darme ánimos a seguir adelante. Le agradezco a mi amiga Nicol Chinchilla, por todo el apoyo, por creer en mí y por ser mi inspiración por la calidad de personal y profesional que es, una mujer muy valiente. Le agradezco a mis tíos Óscar, Freddy y Marco por siempre creer en mi capacidad como profesional y en mis sueños, a mi abuela que con todo el amor siempre me ha brindado un abrazo y apoyo.

También quiero mencionar a mis primos Daniel por ser tan especial y siempre estar pendiente y ayudar en lo que necesite y a mi prima Ana, por apoyarme durante la carrera y darme palabras de aliento "*Los sueños si se cumplen*". Gracias también a mis amigas de la U, Majo y Nico, siempre las voy a llevar en el corazón, gracias por hacer mi experiencia en la universidad tan especial y divertida. Y a mi tutora de tesis Mónica, por siempre estar pendiente y aconsejarme durante todo el proceso de elaboración de tesis.

Y a todas aquellas personas que a lo largo de estos años me han brindado apoyo y palabras de aliento. Y quiero agradecerme a mí por seguir adelante, por no rendirme y por pronto poder terminar mi carrera como internacionalista.

Resumen Ejecutivo

La República de Colombia ha sido un claro exponente de la Economía Naranja en los últimos años. El expresidente Iván Duque fue una de las principales figuras públicas que introdujo y que apoyó la implementación de la Economía Naranja en este país, por lo que Colombia, se ha logrado posicionar como líder regional en la aplicación de esta economía.

Ahora bien, a esta economía se le conoce como la Economía Creativa, ya que engloba todas aquellas actividades que surgen a partir de las ideas y la innovación. También abarca actividades más artísticas y creativas, como lo son la música, la danza, el arte, el diseño, la moda entre muchas otras más.

Por lo que esta investigación va a estar abordando una de las industrias en las que se aplica mucha creatividad e innovación y de las más famosas de Colombia, la cual es la industria textil y también es una industria que se ha visto impactada por el comercio digital. Colombia es muy reconocida por la calidad en sus productos textiles, por lo que, gracias a esto, ha tenido que digitalizar muchos de sus negocios.

Gracias a esta fama, Colombia ha logrado internacionalizar sus productos a través de plataformas digitales, y a su vez apoyar a sus emprendedores locales con capacitaciones, fácil acceso a créditos y financiamiento y conectividad. La aplicación de la Economía Naranja, si bien tiene muchas opiniones entre los colombianos, ha servido como motivador para que muchas personas, familias y comunidades logren tener la oportunidad de dar a conocer su trabajo en ferias, eventos, plataformas digitales y de incluso aventurarse a explorar nuevos métodos de la mano con la ciencia y la tecnología.

Además de esta fama, también el gobierno de Colombia ha implementado una serie de estrategias para la aplicación de la Economía Naranja las cuales engloba temas de aplicación

de leyes, transformación del comercio a través de la creatividad y la inclusión y oportunidades para comunidades diversas.

También cabe mencionar que existen retos alrededor de la aplicación de esta economía, como la informalidad laboral, falta de infraestructura tecnológica entre otros. Sin embargo, pese a los retos el gobierno de Colombia está haciendo muchos esfuerzos por hacer llegar los beneficios de la Economía Naranja a todos los y las colombianas.

Gracias a la aplicación de esta economía se puede generar una concientización de la importancia de la identidad cultural y de las técnicas tradicionales que se usan en el sector textil desde hace muchos años. Muchas tiendas y emprendimientos colaboran con el fortalecimiento de la identidad cultural incluyendo estas técnicas en sus productos o incluso mostrando como es el proceso de elaboración de sus productos.

Esto es posible gracias a la llegada del comercio digital en donde las redes sociales funcionan como vitrinas comerciales en donde se pueden exponer los productos y calidad sin necesidad de tener una sucursal física. Esto ayuda a los emprendimientos a poder expandir sus nichos de mercado y llegar a más clientes potenciales o inversionistas.

También gracias a muchos de estos emprendimientos se genera el turismo cultural y con esto se genera la llegada de divisas al país, lo que se traduce como inversión extranjera, esto ayuda a diversificar la economía y generar empleo, así como visibilidad de la importancia cultural. Gracias al apoyo en temas de creatividad e innovación muchos emprendimientos se aventuran a aportar en temas de sostenibilidad.

Este es un tema muy popular que se globalizó por el impacto del cambio climático y la contaminación excesiva. Por lo que en muchos países y en este caso específico en Colombia, muchas empresas se unen a los esfuerzos por reducir el impacto del cambio climático probando

alternativas nuevas, más sostenibles, reciclables o biodegradables para producir sus telas e insumos.

Esto va muy de la mano con el tema de innovación y gracias al comercio digital se hace posible la llegada de esta clase de productos a otros países que también buscan cómo innovar y a la vez colaborar con la reducción de la contaminación provocada por desechos textiles.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El comercio digital en los últimos años ha ido creciendo con mucha fuerza, generando puestos de trabajo que ha ayudado a millones de personas alrededor del mundo a sobrellevar las crisis económicas. Sin embargo, el comercio digital también ha creado algunas incertidumbres como lo son la contaminación, el cierre de pequeños negocios locales y una mala gestión de los recursos humanos y naturales.

El comercio textil tiene sus inicios desde eras prehistóricas en donde el intercambio de pieles era una de las primeras actividades económicas que la humanidad llevó a cabo. Más adelante, China comenzó a comercializar seda, por eso el nombre de una de las rutas comerciales más grandes de la historia, La Ruta de la Seda, por lo que se ve evidenciado a través de la historia la importancia del mercado textil como industria que cubre una necesidad básica para los seres humanos como lo es la del vestido.

El comercio digital ha sido una herramienta que ha evolucionado la forma en la que se ha estado desarrollando el comercio a nivel mundial. La pandemia por COVID-19 fue uno de los mayores detonantes para que el comercio digital creciera de manera exponencial en los últimos años, esto no sólo ha beneficiado a grandes empresas, sino también a pequeños productores locales.

La industria textil en la actualidad no sólo tiene como fin el crear prendas de vestir a la moda y tendencias, sino, que se ha visto envuelta en todo el avance tecnológico que azota a la humanidad cada vez más con el pasar de los años. Por lo que el presente trabajo tiene como fin analizar el impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en el área textil de la República de Colombia, ya que es un sector que con el paso de los años se sigue innovando y actualizando.

Por otro lado, la Economía Naranja es la parte creativa de la economía global. “La economía naranja es un modelo productivo en el que los bienes y servicios que se comercializan tienen un valor intelectual, debido a que surgen de las ideas del conocimiento de sus creadores” (Banco Santander, 2022). Esta parte de la economía en muchos gobiernos alrededor del mundo suele ser subestimada, sin embargo, en países como Colombia, el gobierno ha logrado identificar y proporcionar apoyo a los productores locales al punto de convertirse en uno de los líderes regionales en la aplicación de la economía naranja.

La República de Colombia al estar trabajando en mejorar sus políticas internas para apoyar el comercio y talento nacional se ha convertido en una fuente de inspiración para el resto de los países de la región. Por lo que esta investigación explora las formas en las que el comercio digital impacta la industria textil, creativa y de innovación de la República de Colombia.

Esta misma economía presenta retos los cuales han de ser abordados más adelante en la investigación pero que sin duda son signos de puntos a mejorar de una economía con un futuro prometedor. Pese a que esta economía siempre ha estado presente en la humanidad, existe mucho tabú alrededor de las actividades desarrolladas a partir de la creatividad, por lo que al menos en esta investigación se pretende mostrar la importancia de una parte que conforma la Economía Naranja, la cual es la industria textil.

En esta industria también se da la oportunidad de innovar y desarrollar nuevas tecnologías que permiten que los emprendedores saquen adelante sus negocios, les den valor agregado a sus productos, puedan aportar a la generación de empleo, cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible o incluso en el fortalecimiento de la identidad cultural.

Cabe mencionar que la Economía Naranja también está muy ligada a las actividades culturales, y la industria textil también está conformada por muchas técnicas tradicionales que son muy valiosas y que, sin duda, pueden generar incluso turismo. Más adelante se va a

profundizar en el fortalecimiento de la identidad cultural, pero también, gracias a la globalización, se va a estar abordando el tema de la digitalización comercial.

Este punto es de suma importancia para todas las personas, ya que, cada vez más la tecnología va creciendo y sumando elementos nuevos que pueden ser utilizados como recursos valiosos para generar empleo o aportes culturales. El uso de redes sociales se ha incrementado significativamente y con la llegada de nuevas plataformas se puede tener la oportunidad de expandir los nichos de mercado de los emprendimientos, empresas o negocios.

Como se mencionó anteriormente, la República de Colombia ha logrado aplicar ciertas estrategias que le han permitido posicionarse como líder regional en la aplicación de la Economía Naranja, también a partir de esto han surgido distintas opiniones de si es factible o no aplicar leyes que regulen esta economía.

Lo cierto es que muchas de las personas trabajan o viven de negocios creativos desde la informalidad, lo cual es un tema que se va a abordar más adelante, pero es una problemática. Por falta de información, recursos económicos o burocracia rígida es que muchas personas optan por vivir desde la informalidad, sin embargo, es importante que las personas también tengan acceso a proteger sus ideas y que se les reconozca el valor real de su aporte.

Muchas instituciones estatales en la República de Colombia está haciendo esfuerzos por mejorar la conectividad, capacitación, oportunidades de créditos lo cual forma parte de estrategias que han aplicado los colombianos para que la Economía Naranja sea posible en su territorio nacional. Por lo que muchas comunidades incluso comunidades lejanas se ven beneficiadas de estas oportunidades que el gobierno les brinda.

Jóvenes que antes no veían posibilidades de desarrollo económico, crecimiento académico o desarrollo laboral ahora pueden encontrar oportunidades en sus territorios, algunos desde su casa por medio de las industrias creativas. De la mano con esto, como se

mencionó anteriormente, la inclusión digital es fundamental para el comercio de hoy en día, esto permite que técnicas artesanales o expresiones artísticas culturales de cada región puedan ser difundidas por medio de plataformas digitales.

En este sentido, la Economía Naranja es un motor que no sólo impulsa el crecimiento económico, sino también, la preservación de la identidad cultural. Así como generar ese sentimiento de unidad y pertenencia a una nación que es fundamental para el desarrollo de cualquier país y también la protección y la concientización de la importancia de industrias como la textil que es tan valiosa y está tan arraigada en la historia colombiana.

1.1 Planteamiento del problema

Como se expuso anteriormente, el comercio digital ha ido en aumento, es seguro decir que muchas personas alrededor del mundo han escuchado o han utilizado plataformas en línea para realizar compras, ya sea de comida, plataformas bancarias, farmacias, tiendas de ropa, entre otras. Por lo que es necesario, que los usuarios y los seres humanos estén actualizados en cómo está funcionando el comercio.

Según la página de PROCOMER las razones por las que los consumidores utilizan los canales *online* para adquirir sus productos son porque buscan 50% de comodidad, 48% de facilidad de compra y surtido, el medio más utilizado para realizar el pago son las tarjetas de crédito, con 57% de utilización. El comercio digital es una tendencia que llegó como respuesta a las necesidades que tomaron protagonismo por causa de la pandemia por COVID-19.

Por otro lado, el comercio *online* en la República de Colombia registra uno de los crecimientos más acelerados y una gran parte de los sectores que se suman a el incremento del uso del comercio digital es el sector de la moda, para ejemplificar lo anterior, la empresa Totto fue acreedora al premio como mejor *retail online* de moda en el país y también la empresa Studio F que es una de las empresas insignia del sector textil en Colombia se suma a la tendencia de *e-commerce*, esto según datos de la página de PROCOMER.

La economía naranja o la economía creativa, como se pudo definir anteriormente, es el sector que se encarga de la parte artística, es decir, muchas de las familias artesanas cumplen un papel fundamental en esta parte de la economía. Sin embargo, el comercio digital no sólo ha impactado de forma positiva a este sector de la economía, también ha impactado de forma negativa al hacer que muchas familias artesanas tengan que afrontar bajas en ventas, cierre de locales, pérdida de trabajadores entre muchas otras situaciones que son generadas por causa de no poder competir con grandes empresas.

El sector textil es un sector que se ha visto grandemente comprometido por causa del comercio digital y las tendencias de moda rápida o *fast fashion*, ya que para los artesanos no les es rentable competir con empresas gigantes que producen en masa y que cuentan con mayor capacidad de inversión y mano de obra barata. Además de que en países como Costa Rica crear políticas para apoyar al sector creativo de la población resulta todo un reto y muchas personas afirman no sentirse apoyadas por parte del gobierno para poder iniciar un emprendimiento.

Debido a esta problemática, la República de Colombia ha aprobado ciertas políticas como la Política de Economía Naranja: Estrategias para Impulsar la Economía de la Cultura y la Creatividad que según la página del Departamento Nacional de Planeación lo que el gobierno busca es apoyar al sector cultural y creativo y con esto mejorar el comercio nacional colombiano.

Además, según la página de Procolombia la industria textil y de confecciones colombiana ha tenido un impulso muy grande, gracias al empeño que ha puesto la población en temas de innovación y a su vez el cuidado con la calidad de los insumos y productos que ofrecen al mercado, también en la creatividad que tanto caracteriza a este país y a su industria textil. Este punto es muy importante incluso si se ve desde el punto de la agenda 2030 de la ONU, ya que al innovar y buscar formas sostenibles para darle una segunda vida a los productos las empresas aportan un grano de arena a la disminución de la huella de carbono.

También se menciona que esta industria representa un 9,4% del PIB industrial y genera empleos para alrededor de 600 mil personas en el país, por lo que este sector no sólo ayuda a la población a explotar habilidades artísticas, sino que también colabora con el PIB del país. Por lo que el ejemplo de la República de Colombia puede ser provechoso para que se pueda

intentar visualizar a la República de Costa Rica en un futuro aplicando estas políticas y explotando esta parte de la economía que al final es más provechoso para el comercio nacional.

Debido a lo anterior, se genera la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en el área creativa y de innovación en el sector textil durante el periodo de 2019 a 2024 en la República de Colombia?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

- Analizar el impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en el área creativa y de innovación en el sector textil en la República de Colombia durante el periodo del 2019 a 2024.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Reconocer la importancia de la industria textil y la evolución que ha experimentado el comercio y sus formas en la República de Colombia.
2. Explicar el liderazgo que ha tenido la República de Colombia con respecto a la economía naranja en América Latina.
3. Identificar las estrategias que ha implementado la República de Colombia en la aplicación de la economía naranja.
4. Describir el impacto cultural y creativo que ha tenido la economía naranja en el comercio e industria colombiana.

1.3 Justificación.

Esta investigación surge de la necesidad de analizar el impacto que ha tenido el comercio digital en la industria textil colombiana y como ha logrado este país posicionarse como un líder latinoamericano en la aplicación de la economía naranja. La República de Colombia es reconocida por su amplia trayectoria en el desarrollo de la industria textil por lo que la intención de esta investigación es dar a conocer el impacto del comercio digital en la misma.

Según la página de *International Trade Administration*, la pandemia de COVID-19 obligó a muchas personas a utilizar los medios digitales para numerosas actividades, también se menciona que antes de esta crisis sanitaria las personas preferían hacer sus pagos, compras y trámites de forma presencial. Para 2022, Colombia ya contaba con 26 millones de compradores en línea y ese año Colombia se posicionó como el tercer mercado de comercio electrónico más grande de América Latina.

Por otro lado, permitirá dar a conocer los índices de empleo que ha tenido el país con la implementación de políticas a favor de la economía naranja y cómo este sector de la industria colombiana se ha beneficiado de estas políticas. La economía naranja o economía creativa también involucra la parte cultural de las regiones de cada país por lo que es un aspecto que también puede ser provechoso para que el país pueda utilizarlo como un atractivo turístico.

Como dato relevante es que, en la economía naranja, el principal motor de la creatividad son los ciudadanos por lo que, según un artículo de la Universidad Europea, la economía naranja nació con dos propósitos, el primero es fomentar la transmisión del conocimiento y el segundo es profesionalizar la creatividad y la innovación a través del desarrollo y la extracción del potencial económico del sector cultural y creativo.

Según datos de la UNESCO, la economía naranja representa un 3% del PIB mundial y se menciona que la creatividad también es un recurso renovable, sostenible e ilimitado. La industria creativa a pesar de que no es una parte de la economía que se menciona todos los días en los noticieros, es una parte fundamental e indispensable de la economía que le permite a la humanidad hacerle frente a cualquier tipo de crisis.

La creatividad se puede considerar como un mecanismo que los seres humanos poseen para sobrevivir y preservar la especie. Esto se ve reflejado en la evolución y en cómo a través de los años la inventiva y la innovación han tomado un papel protagónico en el desarrollo de la humanidad y las naciones al punto de que en la actualidad la economía creativa aporta millones de dólares al año al PIB mundial y además de generar dinero, genera entretenimiento, empleo, bienestar, tecnología, contribuye de forma positiva con el medio ambiente entre muchos otros.

Este sector de la economía genera 2,25 billones de dólares anuales y proporciona más puestos de trabajo a los trabajadores entre 18 y 25 años que cualquier otro ámbito laboral, esto

según datos de la UNESCO. Por lo que es un sector que logra impactar de manera importante la economía mundial.

Lo que se pretende mostrar con esta investigación es que la economía naranja también puede ser una opción viable para que los seres humanos puedan desarrollarse profesionalmente y a su vez aportar riqueza cultural y creativa que le genere al país un valor agregado especial y ver la implementación de esta economía favorable. Así se lograría apoyar a los pequeños empresarios y al talento nacional de cada país, atrayendo inversión extranjera gracias a la riqueza cultural y creativa.

Otro aspecto que es importante estudiar es la parte de la innovación que ha puesto en marcha la población colombiana en términos de sostenibilidad y cómo la industria textil ha formado parte de las estrategias para aumentar el reciclaje y hacer un uso consciente de los recursos. Esto puede ayudar de inspiración a países como la República de Costa Rica para que impulse a los ciudadanos a experimentar nuevas formas de sostenibilidad y a su vez que se pueda lucrar de una forma social y ambientalmente responsable.

También esta investigación dará a conocer la importancia del sector artesano del país y su gran aporte cultural y creativo, así como las repercusiones que ha tenido a nivel económico por causa del crecimiento del comercio digital y cómo este sector ha tenido que innovar y buscar nuevas oportunidades de crecimiento dentro de la industria textil.

La integración con otros sectores como lo son la parte de insumos, calzado, diseño de moda, maquinaria es parte vital para que la industria textil colombiana pueda sobresalir por lo que esta investigación, como se mencionó anteriormente, dará a conocer la importancia de todos estos sectores que colaboran en conjunto para que la reputación de la República de Colombia en lo que es la industria textil sea impecable.

Esto, además, tiene importancia a nivel de exportaciones y comercio digital por lo que se estará también analizando desde la perspectiva internacional y como esta industria ha logrado actualizarse en temas de comercio digital para su beneficio y beneficio de millones de personas que trabajan en este sector de la economía tan importante para la humanidad.

1.4 Antecedentes.

El comercio ha sido una actividad fundamental para la humanidad, permitiendo el intercambio de bienes y recursos para la supervivencia. Esta actividad ha experimentado múltiples transformaciones a lo largo de la historia y está en constante evolución para facilitar la vida cotidiana de las personas. A continuación, se presentarán una serie de antecedentes relacionados con esta investigación, que ayudarán a evidenciar la importancia del comercio en el desarrollo y el buen funcionamiento de las naciones.

Como primer antecedente internacional se encuentra el artículo titulado “Economía Naranja: una opción de emprendimiento para Colombia de la mano de las instituciones de Educación Superior” de la revista de la Universidad de Externado publicado por María Victoria Rodríguez Sánchez y Mildre Karola López López en su escrito Economía Naranja: una opción de emprendimiento para Colombia de la mano de las instituciones de educación superior mencionan el libro de John Howkins *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas* (2001) una cita que dice que las actividades u operaciones que se generan en la economía creativa o a partir de las ideas tienen dos valores complementarios, los cuales son: el valor de la propiedad intelectual y el valor de la plataforma física.

En este escrito las autoras hacen ver la importancia de la economía naranja para la economía colombiana, mostrando una serie de datos en donde se muestra que realmente la economía naranja aporta un porcentaje interesante al PIB del país. Incluso esta economía genera billones de dólares que también aporta a la economía mundial.

Elas mencionan que además esta economía genera múltiples oportunidades de negocio, como bien se sabe la parte creativa comprende muchas áreas en las que los humanos se pueden desarrollar. Por lo que una herramienta clave en la actualidad es el comercio digital, las redes sociales son fundamentales para cambiar la forma en la que el mundo hace negocios, entre las que más se utilizan están Facebook, Instagram, Tik tok.

Incluso otras plataformas como lo son Amazon, eBay entre otras se pueden utilizar para publicar productos y servicios y tener un mayor alcance a posibles clientes nacionales como internacionales. Las innovaciones que nacen a partir de esta industria creativa y cultural también generan productividad en distintos sectores de la economía colombiana, por lo que,

gracias a las reformas y el apoyo que ha brindado el gobierno colombiano, su población está respaldada.

Los emprendimientos son un modelo de negocio que ha tomado mucha fuerza los últimos años por causa de la crisis sanitaria, ya que, gracias a esta modalidad, muchas familias alrededor del mundo lograron sobrevivir. Por lo que el comercio digital en este aspecto también tomó protagonismo, debido a que con el confinamiento y el contacto cero las empresas y emprendimientos tuvieron que innovar para poder hacerle frente a las crisis económicas que surgieron por causa de la crisis sanitaria.

La industria creativa como se ha mencionado a lo largo de esta investigación es de suma importancia para la economía global. Como menciona el autor John Howkins, esta es la que le da valor a la propiedad intelectual de cada proyecto que una persona o empresa decida realizar y a su vez demostrar que la creatividad si es parte fundamental del diario vivir de la humanidad.

Es importante resaltar que la industria textil forma parte de la industria creativa ya que esta busca crear tendencias y utilizar la innovación para mejorar o darle un valor agregado a los productos que el país ofrece nacional e internacionalmente. Esto como se ha mencionado a lo largo de la investigación de la importancia que tiene para los consumidores la responsabilidad sostenible.

Como segundo antecedente internacional se encuentra el escrito “Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país” publicado por Espinel, Aparicio y Mora (s.f) en su escrito Colombia se ubica entre el 3° y 4° puesto de los países latinoamericanos en cuanto a la producción manufacturera.

Cabe mencionar que la industria textil se encarga de la transformación de telas, fibras e hilos en prendas de vestir y en indumentaria. Este es un sector que abarca gran parte de la economía mundial y que es de suma importancia ya que se producen materias primas hasta la comercialización de productos finalizados.

El escrito de Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país Colombia menciona que, en 1907, se crearon las primeras industrias textiles en Colombia, industrias que en la actualidad siguen siendo grandes representantes de Colombia a nivel internacional por su calidad como lo es la tienda de ropa interior Leonisa. Para la República de Colombia este sector

es muy importante porque genera empleo, impulsa la innovación y fortalece su presencia en mercados internacionales como se ejemplifico anteriormente.

Por lo que con lo anterior se puede entender que la República de Colombia cuenta con una amplia trayectoria y experiencia en lo que es el mundo textil. Un dato importante de agregar es que por causa de las crisis ambientales que han azotado al planeta, las industrias buscan formas de innovar y la República de Colombia tiene una serie de tiendas especializadas en telas fabricadas con el fin de elaborar productos más sostenibles.

A lo largo de los años, empresas de este sector han implementado mejoras, tanto en procesos de producción, automatización, optimización de los recursos para así ofrecer productos que cumplan con los estándares que el mercado exige. En este contexto, parte de las mejoras que ha impulsado el gobierno, son las tiendas que producen productos sosteniblemente responsables.

Medellín y Bogotá son las ciudades con mayor producción industrial en la República de Colombia. Medellín, es una ciudad que en los últimos años se ha galardonado por su creatividad e innovación, además, según el escrito Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país Colombia, Medellín es la principal ciudad productora de índigo, que es un colorante utilizado en la fabricación textil, es fundamental especialmente en la fabricación de pantalones jeans.

Por lo que el país como tal, se ha logrado posicionar dando el valor agregado por su calidad e innovación en materiales textiles, incluso, gracias a las tiendas de origen colombiano, también se ha logrado exportar esa popularidad y compartir la calidad y la experiencia que brinda obtener un producto de origen colombiano. Al menos en Costa Rica, se sabe que las prendas de vestir de origen colombiano son de alta calidad, lo que evidencia la fama positiva que ha logrado obtener el país suramericano en la región latinoamericana.

Cabe recordar que la industria textil también forma parte esencial de la cultura colombiana. A través de la moda y el diseño, países como Colombia logran expresar su identidad y tradiciones, promoviendo el talento nacional y artesanal, ya que muchas de las tendencias que se han creado en este país son inspiración de técnicas ancestrales.

Como tercer antecedente internacional, se encuentra el trabajo de graduación titulado “Evolución de la economía naranja como estrategia para el desarrollo social y económico en Colombia” publicado por Fernández (2021), el BID también ha invertido en la República de Colombia en temas de innovación y diseño para el sector textil, confección y moda, apoyando el desarrollo de comunidades que tienen industrias culturales como Popayán, norte del Cauca y Cartagena de Indias.

En este escrito lo que se muestra es como la economía naranja ha ido en desarrollo para el bienestar social y económico de la República de Colombia. También muestra cómo esta economía está ligada a las tradiciones de distintos pueblos alrededor de Colombia. La República de Colombia logró introducir de forma eficiente la industria creativa dentro de su comercio nacional sirviendo de ejemplo de que con la cultura y la innovación de su pueblo se puede lograr generar empleo, turismo e inversión extranjera y a su vez posicionarse como uno de los países con mejor industria textil.

Por lo que esto también es una fuente para generar turismo y a su vez la llegada de divisas al país. Además de contribuir con poblaciones más vulnerables a que puedan tener una fuente de ingreso económico exponiendo el gran aporte cultural que las tradiciones de estos pueblos indígenas. Continuando en la misma línea, Fernández en su escrito, cita al escritor Michael E. Porter en donde menciona en su libro que la prosperidad nacional se crea, no se hereda. Esta no surge por naturaleza sino, que el pueblo tiene que poner de su parte, en temas de tasas de interés, mano de obra o el valor de su moneda, como lo insiste la economía clásica.

Con esto se quiere dar a entender que la creatividad puede ser el valor agregado de una nación sin ningún problema. La República de Colombia no sólo implementa estas políticas en la industria textil, sino, también se ve reflejada en campos tecnológicos, artísticos entre otros, un ejemplo de esto es la cantidad de artistas y cantantes colombianos que han estado en el mercado y son reconocidos mundialmente.

Además, como se mencionó anteriormente, la creatividad es esencial para cualquier ser humano, es la que le permite a la humanidad hacerle frente a cualquier crisis que se presente. La autora menciona que el nivel de creatividad va a determinar la capacidad del ser humano

para adaptarse a nuevos retos económicos por lo que es muy importante que esta creatividad también sea apoyada por los gobiernos alrededor del mundo.

Con respecto al comercio digital, como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, el comercio digital ha tomado mucha fuerza y ha ido en crecimiento exponencial en los últimos años. Este crecimiento y expansión ha respondido a múltiples necesidades que se han ido presentando en la sociedad con el pasar de los años.

Como cuarto antecedente internacional se menciona el trabajo de graduación titulado “La Economía Naranja en Colombia” publicado por López y Durango (2024) en este trabajo los autores mencionan los aportes tan valiosos que hace la Ley Naranja en la República de Colombia. Esta ley es fundamental en lo que es la evolución de la economía naranja en el país suramericano y ha sido crucial en el desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia.

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, la República de Colombia ha hecho muchos esfuerzos por apoyar al sector creativo y tecnológico de la economía. La economía naranja representa un porcentaje importante para el PIB del país por lo que el gobierno ha impulsado la creación de leyes que beneficien a las personas que aportan a este sector de la economía.

Según lo que mencionan los autores esta ley busca apoyar empresas y/o proyectos que se encuentren en un estado emergente pero que sí necesiten de apoyo económico y estructural. Gracias a esta ley las Pequeñas y Medianas Empresas pueden optar por un capital semilla que es la ayuda que ofrece el gobierno colombiano para que los emprendimientos despeguen, además se menciona que la ayuda del gobierno no es solo económica sino también de formación y seguimiento a los proyectos.

Sin embargo, la implementación de esta ley tiene como reto hacer que los ciudadanos y emprendedores tengan conocimiento de la misma. Muchas personas que forman parte de esta economía no saben que, de hecho, ellos pertenecen y aportan a la economía y a la cultura del país enriqueciendo ambas aristas por lo que para la República de Colombia es importante sectorizar por grupos para que se pueda informar de manera efectiva a todas las poblaciones.

Este tipo de economía, como mencionan los autores, favorece al progreso del país, así como al reconocimiento a nivel internacional y nacional de nuevos talentos, habilidades, innovaciones entre muchos otros aspectos como el cambio que se le dio a la ciudad de Medellín que paso de ser una ciudad con mucha inseguridad a una de las ciudades en Colombia con mayor flujo turístico gracias a la cantidad de color y cultura que se encuentra en ella y todo gracias al impulso que el gobierno le dio a la economía naranja.

Como quinto antecedente internacional se menciona el artículo titulado “La era de la Economía Naranja” de la revista de la Corporación Universitaria Minuto de Dios publicado por Peña y Forero (2018) se menciona que la dinámica internacional está muy influenciada por el fenómeno de la globalización.

Con lo anterior, se quiere dar a entender que en la actualidad la competitividad y la innovación toman protagonismo en el surgimiento de nuevas empresas y emprendimientos. Las personas con el pasar de los años van teniendo cada vez más información a la mano y actualizada, lo que representa un reto para el mundo comercial, ya que influye también temas psicológicos en donde las personas se comienzan a aburrir de cualquier cosa, lo que crea exigencias entre los consumidores.

La Economía Naranja no queda exenta de la influencia de la globalización, de hecho, puede llegar a ser uno de los sectores más azotados por el efecto de la globalización. En este sector de la economía existen áreas que están condicionadas por las tendencias de los mercados y que les exigen a los productores a adaptarse.

Por ejemplo, en el sector textil, como se ha mencionado anteriormente, existe lo que es la moda rápida o *fast fashion*, en donde grandes tiendas o casa de moda cada año o cada seis meses lanzan al mercado nuevas colecciones ya sea de ropa, zapatos, colores que se ponen en tendencia, accesorios entre otros. Un ejemplo de esto es la temporada de octubre a noviembre en donde los colores otoñales predominan en las tiendas por la gran influencia que existe de Estados Unidos en América Latina.

Las tendencias de grandes países o grandes tiendas influyen en los gustos y preferencias de consumidores de países más pequeños. Lo que también crea un reto para las industrias en buscar formas de cubrir esas preferencias con costos accesibles y buscando ser a la vez

sosteniblemente responsables, una labor que se torna casi imposible y que significa un reto para las industrias dentro de la economía naranja.

Por lo que en esta línea entra la República de Colombia, marcando la diferencia en lo que es la aplicación de esta economía y el apoyo que se le da al productor local para hacerle frente a la globalización y todo lo que implica el llevar a flote un negocio en medio de tanto caos informático y comercial. Ya que los precios del mercado son sumamente bajos lo que hace muy difícil a los productores locales competir en el mercado.

Como primer antecedente nacional se menciona el trabajo de graduación titulado “Aplicación del objetivo de desarrollo sostenible #12: producción y consumo responsable con respecto a las empresas multinacionales de e-commerce tomando como ejemplo el caso de Amazon en los Estados Unidos de América en el periodo del 2018-2023” publicado por Tenorio (2024) las ventas online se han triplicado en todo el mundo y tiene relación con la presente investigación por el hecho de que el comercio digital ha transformado la forma de realizar negocios alrededor del mundo.

El auge del comercio digital en la economía ha impactado en el ámbito social, ambiental y laboral. En el contexto de la economía naranja el comercio digital se presenta como una forma de innovación en donde los emprendimientos tienen que buscar alternativas para hacer frente a plataformas como SHEIN que es una tienda virtual, hablando del sector textil, en donde se produce moda y tendencias de forma rápida y económica. El éxito del comercio digital ha representado un reto para los pequeños y medianos empresarios, ya que, han tenido que adaptarse a los constantes cambios y actualizaciones al que este se somete año con año.

Este escrito menciona las implicaciones ambientales que tiene el comercio digital por lo que es relevante mencionar el comercio de la moda rápida o *Fast Fashion*, esta modalidad de negocio consiste en producir masivamente prendas e insumos a bajo costo. La industria textil es de las más contaminantes que existe, ya que consume grandes cantidades de agua, genera residuos textiles que emiten grandes cantidades de gases de efecto invernadero, y la gran mayoría de estos desechos son arrojados a mares, ríos o botaderos, sin que exista un correcto manejo de los residuos, por lo que la República de Colombia ha buscado formas de innovar en este aspecto.

Además de las repercusiones ambientales, el comercio digital ha modificado significativamente la dinámica de la sociedad para adquirir productos. La facilidad de adquirir los productos con un solo clic les ha permitido a las personas ahorrar tiempo y dinero y a las empresas les permite ahorrar en franquicias y personal, además con lo ocurrido en 2019 con la pandemia por COVID-19 se ha tomado más conciencia en temas de salubridad.

Otro aspecto fundamental es el impacto económico y laboral del comercio digital. Este les ha abierto nuevas oportunidades a millones de emprendimientos, sin embargo, ha afectado a muchos pequeños comerciantes que no pueden competir con grandes industrias y que viven del día a día. Esto debido a que las grandes empresas, como se ha mencionado a lo largo de la investigación, ofrecen productos a precios muy bajos y por medio de las plataformas de e-commerce ofrecen servicios de envío a bajo costo.

La automatización de los procesos y la tercerización del trabajo han transformado la dinámica en el mundo laboral. Con el aumento exponencial de los emprendimientos digitales, también surgen problemáticas laborales como la falta de compromiso de los emprendimientos con el cumplimiento de las leyes laborales establecidas por los países, cambiando la estructura tradicional de empleo, obligando a los trabajadores a aceptar nuevos modelos laborales que, en muchos casos, no son estables y son precarias.

Este antecedente permite comprender de forma más clara el impacto del comercio digital en la economía global actual e incluso en la situación social, en donde muchas empresas se aprovechan de la necesidad de muchas familias para adquirir mano de obra barata. Por lo que es importante que los gobiernos también apoyen a los pequeños productores locales, ya que con esto contribuyen a la disminución de la injusticia social, laboral y ambiental.

Como segundo antecedente nacional, se encuentra el trabajo final de graduación titulado “Comercio digital como ampliación en los negocios entre China y Costa Rica durante el 2018” publicado por Wu Xie (2019) en esta investigación se menciona que el comercio electrónico se hizo posible desde 1991 en cuanto se abrió Internet para uso comercial.

Este trabajo de graduación tiene relación con el presente trabajo por el hecho de que el comercio digital ha revolucionado incluso hasta los métodos de pago que utilizan las empresas. Los métodos de pago digital también se hicieron muy frecuentes como consecuencia de la

pandemia por COVID-19 en donde se optó por métodos de pago más limpios que el pago en efectivo.

Se menciona que las tecnologías digitales ofrecen distintas formas para expandir los negocios y elevar utilidades, brindando una mejor experiencia para los consumidores y reduciendo costos. En la actualidad, es casi que indispensable que los nuevos emprendimientos y empresas cuenten con una página en línea o plataformas digitales, ya que lo primero que los consumidores buscan es cotizar o verificar cómo lucen los precios y los productos. Estas plataformas no solo ayudan a encontrar más variedad de productos a precios más accesibles y con más rapidez, sino, que también ayuda a las empresas y pequeñas empresas a ampliar la gama de consumidores y llegar a audiencias globales.

Una de las ventajas que tiene realizar negocios digitales es la facilidad con la que se puede mantener un control de inventarios, gastos, entradas e incluso del alcance que tiene el negocio a nivel publicitario y económico. Esto les permite a las empresas ofrecer servicios personalizados, adaptados a las necesidades del público meta, incluso, esto también les permite a las mismas empresas adaptarse fácilmente a cualquier circunstancia de forma exitosa y sin mucho costo humano y monetario.

Otra ventaja es que, en la actualidad, las personas prefieren la comodidad y la accesibilidad que ofrecen las plataformas digitales, ya sean tiendas, bancos, farmacias entre otros. Por lo que es muy valioso que las empresas cuenten con páginas web o plataformas en línea que ayuden a mejorar los procesos y la experiencia de compra o de trámite que tenga que realizar el consumidor, este es un punto que le da un valor agregado indispensable a los negocios en la actualidad.

Algunas de las desventajas o desafíos que se mencionan en el escrito es que los consumidores no tienen la capacidad para ver o probar el producto antes de adquirirlo o incluso que pueden ser víctimas de fraude. Esto se puede dar por la compra de algún producto falsificado, pagos no autorizados y/o robo de información.

Sin embargo, parte de la innovación son las mejoras que se le van realizando a las plataformas y servicios digitales. Con el pasar de los años, se han ido desarrollando múltiples tecnologías que brindan seguridad a los consumidores y a las empresas a cubrirse en caso de

intentos de fraude o de estafa, como lo son el desarrollo de inteligencias artificiales, estas innovaciones ayudan a que los consumidores tengan más tranquilidad a la hora de adquirir un producto.

Incluso, los sistemas de encriptación, verificación de identidad son algunas de las innovaciones que se han desarrollado o mejorado gracias al crecimiento del comercio digital. Este tipo de innovaciones también van incluidos en la economía naranja, en donde muchas personas utilizan su ingenio y creatividad para ayudar a la humanidad a avanzar en temas de ciberseguridad.

Como tercer antecedente nacional, se encuentra el trabajo final de graduación “La Nueva Realidad del Comercio Internacional del SXXI Enfocada en el Desarrollo Sostenible en Costa Rica y el Desarrollo Digital en Estonia (2015-2020)” publicado por Araya (2021) en este escrito se menciona cómo ha ido evolucionando el mundo del comercio en temas de sostenibilidad.

La industria textil como parte de los esfuerzos por mitigar el cambio climático se ha sumado en la búsqueda de nuevas formas para darle una segunda vida a los productos o por utilizar materiales más amigables con el ambiente, por lo que este escrito tiene relación con la presente investigación por el hecho de que el desarrollo sostenible va muy de la mano con la creatividad y la innovación. Esto no solo busca disminuir el impacto negativo de la industria textil sobre el planeta, sino, también busca cómo responder a la demanda de los consumidores por productos con responsabilidad ambiental.

El desarrollo sostenible, al estar vinculado con la necesidad de soluciones novedosas, requiere que personas con una manera de pensar diferente, con creatividad e ingenio propongan alternativas a problemáticas como lo son el adecuado manejo de los desechos. El reciclaje de productos textiles y la revalorización de materiales no solo reduce el impacto ambiental, sino que promueve un modelo económico circular que beneficie tanto a empresas, al ambiente y a los consumidores que buscan formas mantener un consumo más responsable y consciente.

Una de las formas que se ha popularizado es darles valor agregado a los productos textiles son las fibras orgánicas, recicladas y biodegradables. En la actualidad muchos de los consumidores prefieren productos que tengan conciencia y responsabilidad ambiental para

tener la experiencia, el sentimiento o la participación de que están generando un cambio a través de una compra responsable.

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación el comercio digital es de suma importancia en la actualidad para el buen funcionamiento de los negocios y empresas ya sea emergentes o existentes. Como se menciona en el escrito se han establecido una serie de acuerdos internacionales para promover y regular el comercio internacional en las distintas partes del mundo.

Además, el mundo del comercio digital ha permitido que las empresas experimenten nuevas formas de producción y conectar con sus consumidores de forma más directa y personalizada, y con esto conocer cuáles son sus gustos, necesidades y tendencias. La innovación no solo busca crear nuevos productos o servicios, sino que también busca la mejora de procesos y de modelos de negocio.

En este sentido, al ahorrar en temas de franquicias y personal, las empresas pueden optar por mejorar tecnología para reducir los costos operativos y experimentar con materiales y procesos sostenibles. El futuro apunta hacia modelos de negocio sostenibles por lo que la industria textil no puede quedarse al margen, requiere de buscar alternativas para poder hacer frente a la nueva realidad, lo que resulta muy beneficioso para que países como la República de Colombia que logre incentivar a su población a innovar, experimentar y crear nuevos emprendimientos y formas de contribuir con la economía nacional por medio del uso de la tecnología y la creatividad.

Como cuarto antecedente nacional, se encuentra el trabajo final de graduación “Análisis del cambio de la percepción del consumidor en la industria de la moda de la República de Colombia mediante el movimiento “*Fashion Revolution*” para el cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible #12 producción y consumo responsables en el periodo 2018-2023” publicado por Araya (2024). En esta investigación se menciona la importancia de la percepción del consumidor en la industria de la moda.

Como se ha mencionado anteriormente, la economía naranja, específicamente el sector de la moda es una de las áreas que se ve más condicionada por lo que son las tendencias que van sacando grandes empresas e incluso los mismos consumidores. Por lo que es importante

evidenciar el gran impacto que tiene este no sólo en el ámbito sostenible, sino también, en el ámbito social y laboral.

Continuando con lo anterior, la autora menciona que, en la industria de la moda al estar constantemente lanzando nuevas tendencias, se creó lo que se conoce como *fast fashion*. Esto se ha mencionado a lo largo de este trabajo de investigación, ya que el *fast fashion*, es una problemática que ha estado impactado el ambiente de forma negativa, hay ejemplos como el caso de Bangladesh que es el país con más desechos de ropa por causa de esta industria y que impacta no solo al medio ambiente, sino también en la salud de los empleados.

Volviendo al caso de la República de Colombia, es importante mencionar que este país ha evolucionado mucho en temas de economía naranja y también ha impulsado a sus ciudadanos a innovar en temas de moda sostenible. Como bien se sabe, la República de Colombia es un país que tiene un importante reconocimiento a nivel internacional por su industria textil por lo que no se queda atrás en temas de innovación.

Según se menciona en este escrito, la legislación ambiental en la República de Colombia es débil, sin embargo, pese a esta problemática, en Colombia existen muchas empresas y emprendimientos que buscan crear e innovar siendo sosteniblemente responsables. Aquí es donde entra en juego el papel del consumidor y sus preferencias porque cabe resaltar, que muchas personas también quieren formar parte de la lucha por evitar el desperdicio sin tener que estar activamente en un grupo, por lo que buscan productos que cumplan con estos requisitos para así aportar con sus compras a la reducción de los desechos.

Como quinto antecedente nacional, se encuentra el trabajo final de graduación “Análisis de la realidad comercial y social en la internalización de la industria de la moda en el periodo 2016-2021” publicado por Lawrence (2022). En este escrito se menciona el impacto del consumismo en la industria de la moda, similar al antecedente anterior en donde se menciona como esta industria siempre va creciendo y produciendo de manera muy acelerada.

Una problemática importante en este sector de la economía es la adquisición de mano de obra barata, ya que contratan personal a cambio de un salario muy bajo y los explotan laboralmente y generalmente las contrataciones que hacen para que sea barato, no les pagan garantías sociales y no son trabajos realmente formales por lo que muchas empresas evaden

impuestos y no respetan los derechos laborales y muchas veces humanos de las personas que por necesidad optan por trabajar en estas grandes fábricas.

Incluso, la autora hace una comparación entre la esclavitud de hace 100 años y la esclavitud actual. Hay muchas fábricas que contratan niños y menores de edad para realizar trabajos de maquila en las industrias textiles y no tener que pagarles un sueldo justo ni un espacio digno para trabajar.

Además de la explotación laboral, también otra problemática es que, por haber tantas tiendas de moda rápida y barata, los productores locales como sastres y costureras van quedando rezagados por lo que les corresponde innovar para hacer valer su trabajo por la calidad y no por el precio. El consumismo y las redes sociales representan un aspecto crucial en la propaganda de estas grandes tiendas y las crisis económicas colaboran para que las personas compren por precio sin responsabilidad social y ambiental.

Este escrito hace un análisis respecto a cómo esta industria también tiene su lado oscuro y que muchos países utilizan este sector de la economía naranja solo para enriquecerse sin apoyar a sus productores locales y mucho menos buscando la forma de ser sosteniblemente responsables y cuidar los derechos laborales y humanos de las personas tanto de niños como adolescentes y adultos.

1.5 Proyecciones.

Según Arce y Villalobos (2007), las proyecciones son el fin del estudio, en este apartado se explican las metas y la función del estudio en cuestión. El principal objetivo de las proyecciones es darle respuesta a la pregunta de investigación mediante una serie de metas establecidas, las cuales sirven como guía para el desarrollo de la investigación.

1. Nutrir el conocimiento del interesado en el tema de investigación con hechos que puedan servir como fundamento para que países como la República de Costa Rica puedan aportar más ayuda al sector de la economía naranja.
2. Maximizar el conocimiento que hay sobre la industria textil colombiana y sus aportes hacia el medio ambiente y el resto de las industrias textiles alrededor del mundo.

3. Comprobar los factores que influyen en el liderazgo de la República de Colombia en la aplicación de la economía naranja.
4. Evidenciar la relevancia cultural y comercial de la industria textil en la República de Colombia.
5. Exponer el impacto que ha tenido la República de Colombia en el empleo gracias a la aplicación de la economía naranja y el apoyo hacia la industria textil.
6. Verificar el cambio que ha mostrado el comercio colombiano con la llegada del comercio digital.
7. Sustentar los factores que influyen positiva y negativamente en el comercio colombiano por causa de la llegada del comercio digital en la industria textil.
8. Resaltar las razones por las cuales la República de Colombia creó leyes para impulsar la economía naranja.
9. Generar teoría en torno al tema de abordaje adecuado del impacto del comercio digital en la industria textil colombiana.
10. Promover la República de Colombia como principal aplicante de la economía naranja en América Latina.
11. Reconocer emprendimientos colombianos que hayan tenido éxito.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Histórico

A continuación, se estará mencionando el desarrollo histórico que ha tenido la economía naranja, la industria textil y el comercio digital en la República de Colombia. Cabe mencionar que la industria textil forma parte importante del comercio colombiano por lo que se va a estar mencionando la evolución y el impacto que ha tenido esta industria por causa del comercio digital.

Para comenzar es necesario entender la historia de la industria textil en la República de Colombia. Colombia logró su independencia el 20 de julio de 1810 y desde entonces se comenzaron a desarrollar y a transformar otras áreas económicas y sociales claves para el sector productivo de Colombia. Por lo que desde ese momento el sector textil se convirtió en uno de los pilares más importantes de la economía colombiana en donde los talleres artesanales eran de suma importancia no sólo cultural, sino también económica.

Según Gómez et al (s.f) en su escrito Textiles en Colombia al finalizar el siglo XIX: producción artesanal, importación e industrialización, mencionan que en la República de Colombia durante una buena parte del siglo XIX la producción textil se efectuó en forma artesanal, con las técnicas heredadas de grupos prehispánicos. Gracias a esta práctica se logró proteger la producción ya que también adquirir productos textiles del extranjero resultaba más costoso.

América Latina siempre se ha caracterizado por su riqueza cultural, por lo que la República de Colombia no es la excepción. Como se ve evidenciado en la historia la industria textil ha formado parte de su identidad desde tiempos prehispánicos por lo que la experiencia que este país tiene en este sector es muy valiosa y también de ahí nace su fama en temas de calidad y diseño.

Después de esto se inició la Revolución Industrial, evento que cambió las reglas de la producción en el sector textil en la República de Colombia. Según Gómez et. al (s.f) “Los tejidos finos y trajes de mayor valor utilizados por las clases altas se importaron desde Europa

y principalmente desde Inglaterra. Aunque también se recurrió a la producción por encargo de telas de mejor calidad que las ordinarias, las telas artesanales contaban con un amplio mercado en los sectores populares quienes las usaban para la confección de los vestidos usados en la vida cotidiana.” (p.5)

A pesar de que la Revolución Industrial impactó la industria textil colombiana de forma negativa para los productores locales, no se estancó del todo. Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo de investigación, los colombianos son reconocidos internacionalmente por la calidad de sus telas y productos textiles, esto es un aspecto que los ha identificado a través de las décadas, tanto que los insumos locales se seguían utilizando para la mayor parte de la población y la confección de prendas de uso cotidiano.

En el escrito los autores mencionan que a finales del siglo XVIII y hasta finales del siglo XIX se establecieron centros de producción textil artesanal en Colombia, entre los que mencionan son la región del Socorro en donde los habitantes se especializaban en telas burdas de algodón, la región de Boyacá y Cundinamarca en donde se especializaban en tejidos de lana.

Según Gómez et. al (s.f) “... algunas descripciones de viajeros, la manufactura estuvo en manos de las mujeres y niños, quienes hilaban principalmente algodón y lana, en menor medida, para hacer mantas de géneros de bayeta y zaraza en telares rudimentarios, mientras que la comercialización la realizaban los hombres en plazas de mercado o se la daban a intermediarios.” (p.5)

Con esto se ve evidenciada la riqueza cultural que hay detrás de la industria textil colombiana y la importancia de estas prácticas prehispánicas que desde hace muchos años atrás se vienen utilizando por algunas familias para lograr tener un ingreso monetario a sus casas y poder subsistir. Estas prácticas no eran utilizadas por muchas familias, según la lectura, la sastrería era una de las prácticas más importantes en América y era reservada para las personas blancas y luego mestizos.

Con respecto a los artesanos en la política en el siglo XIX y siglo XX, se dice que fue bastante activa, sin embargo, sí se vieron impactados por la Revolución Industrial y el incremento de la producción cafetalera. No obstante, esta industria no desapareció.

Para la época de los años cincuenta se pusieron muy de moda los sombreros de paja, entonces, a pesar de que esta industria tuvo una baja, como se mencionó anteriormente, no desapareció, estuvo constantemente reinventándose y adaptándose a las necesidades y gustos del mercado.

A pesar de que este es un país principalmente agrícola, esta industria se mantuvo resiliente con el pasar de las décadas. Esta parte de la historia es importante comprenderla para tener una mejor perspectiva del porque esta industria es tan importante para los colombianos. Como se mencionó anteriormente, en la página en línea de Procolombia, para el 2022 esta industria representó un 9,4% del PIB en la República de Colombia; con esto se puede entender que esta industria sigue siendo bastante fuerte en el país.

Continuando con este apartado histórico, se va a desarrollar un poco de la historia del comercio en la República de Colombia y como este ha ido evolucionando con el pasar de los años. Este apartado tiene mucha relación con el anterior ya que la industria textil forma parte importante de la economía colombiana.

Es importante resaltar que en el proceso de evolución del comercio colombiano también influyeron factores como la modernización, globalización y crisis mundiales como lo fue la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo. También el comercio colombiano, ha sufrido a lo largo de la historia grandes cambios, pasando por todo el proceso del inicio de las exportaciones, hasta los años 90 en donde el país decidió entrar en un proceso de liberalización comercial, es decir, apertura económica.

Según la página en línea Sectorial (s.f) la industria textil en Colombia tiene 110 años de trayectoria. Los primeros pasos de esta industria fueron en 1907-1960 en donde el país comenzó con la creación de fábricas de tejido. Entre las pioneras fueron Fabrica de Hilados y Tejidos El Hato, Compañía de Tejidos de Bello, Tejidos Medida, Fabrica de Tejidos Hernández. Colombiana de Tejidos (Coltejer).

Más adelante, como se mencionó anteriormente, con la llegada de la época de los 90, Colombia se caracteriza por su apertura económica, en estos años con la internalización del mercado colombiano se crean marcas reconocidas como la marca de ropa íntima femenina Leonisa y con esto el país también logra tener fama por la calidad de sus productos.

Entre los años 1987-1990 se dio la creación de Inexmoda (Instituto para la Exportación y la Moda) y las ferias textiles, esto jugar un papel fundamental en la promoción de la moda colombiana a nivel internacional. Seguido de esto, se dio la creación de Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, estas son dos de las ferias más importantes de la región suramericana en donde se les permite el intercambio comercial y el desarrollo de negocios a los comerciantes. Sectorial (2022)

En los años de 1990 y los 2000 fue cuando estalló la fama de la moda colombiana, muchos diseñadores reconocidos vieron el potencial como mercado y surgieron incluso programas académicos para formar a los ciudadanos en temas de moda. También diseñadores locales comenzaron a tener prestigio lo cual es un aspecto muy positivo para cualquier país.

Sin embargo, con esto también llegaron retos significativos. Colombia es un país que desde el año 2000 ha tenido que estar en constante diversificación para lograr competir a nivel global en temas de industria textil y moda. Con el crecimiento exponencial de la tecnología que trajo el cambio de siglo, la demanda por productos innovadores aumentó, lo cual hace compleja la labor de los productores en crear mercancías de calidad, sostenibles y atractivas para el consumidor.

Según Espinel et al., (2018)

“El sector textil en la economía de Colombia ha tenido una gran alza debido a que se está dando paso a las exportaciones, según informes del DANE en noviembre del año 2015 el sector presentó un crecimiento del 4,8% en producción, 4,3% en ventas y 0,7% en generación de empleo, lo que muestra que la demanda que está teniendo en el mercado no solamente es nacional sino también internacionalmente, permitiendo generar un aumento en la economía. El sector textil en el país brinda más de 200 mil empleos directos y el triple de empleos indirectos. El 24% del empleo en el sector manufacturero lo que genera esta industria (Inexmoda, 2011)” (p.4)

Los principales socios comerciales de Colombia del sector textil son Estados Unidos, México, Ecuador y Perú. Gracias a los TLC que comparten estos países la demanda de

productos textiles colombianos aumentó permitiéndoles crecer en el sector secundario de la economía colombiana.

En este escrito los autores también mencionan que “Colombia es un país con un alto potencial en el comercio global, aunque por supuesto se enfrenta a retos y obstáculos... Uno de los propósitos que Colombia debería tener claro es invertir e innovar tanto en maquinaria como productos, para poder ser diferenciados en el mercado internacional” (p.5)

La innovación forma parte esencial de la historia del desarrollo de la economía colombiana en temas creativos y culturales, más adelante se entrará más a detalle, sin embargo, este aspecto es uno de los motores que impulsan el desarrollo de la industria textil en Colombia. El sector textil ha permitido la realización de exportaciones e importaciones generando a la vez más productividad, inversiones e incluso aumentan las tasas de empleo y enriqueciendo el sector cultural.

Parte de la innovación y evolución del comercio colombiano ha sido la demanda por productos responsablemente sostenibles. Esto es un aspecto muy importante que se menciona a lo largo de esta investigación ya que el mercado (especialmente el internacional) busca ese valor agregado tan especial en el que las personas también se puedan sentir involucradas en las acciones para mitigar el cambio climático con solo realizar una compra.

También el comercio digital es una forma clave para realizar negocios, ventas y compras en la actualidad para muchas personas alrededor del mundo, por lo que este punto ha tomado mucha fuerza los últimos años. Colombia es un país es que siempre ha estado anuente a la llegada del comercio electrónico o digital.

Según Roa y Cuellar (2019) en su escrito de la Evolución del comercio electrónico en Colombia en la última década se menciona que desde el año 1999 este país está enfocado en aceptar el *e-commerce* como una actividad legal de lucro y regulada dentro de su territorio. También mencionan que luego de 13 años esta actividad no había avanzado mucho y se encontraba en una etapa muy inmadura. (p.67)

El siglo XXI trajo muchos cambios a nivel tecnológico y el comercio también es un área que tuvo que evolucionar y crecer. Por lo que los autores también mencionan en su escrito que:

En el año 2008, se toma la decisión de iniciar la Cámara de Comercio Electrónico de Colombia, que tarda hasta el año 2011 en empezar a estructurarse de forma administrativa y con una misión clara, luego aparecen 26 empresas de *e-commerce* en Colombia, las cuales apoyan el propósito de esta entidad buscando generar información relevante para el sector para capacitar, socializar y reflejar los beneficios que esta industria le traía al país con respecto a la actualización y dinámica para hacer negocios a través de internet. Para el año 2015, esta entidad ya contaba con 280 empresas asociadas y 8 comisiones de trabajo, los cuales llevan una función consultiva para todas las empresas que buscan integrarse en el medio del *e-commerce*, encaminando todos estos proyectos desde funciones directivas y ejecutivas (CCCE, 2019, p.68)

La llegada del comercio digital o electrónico le ha facilitado la tarea de hacer negocios a muchos empresarios, productores y personas no sólo en Colombia, sino también a muchas personas alrededor del mundo. En la actualidad las famosas tiendas en línea han tomado mucha popularidad e incluso muchas personas lo primero que hacen antes de ir a una tienda física es revisar si existe una tienda virtual.

Las redes sociales también han colaborado en la forma en la que se comercia en la actualidad y son la principal plataforma que utilizan muchos comerciantes para hacer públicos los productos y servicios que ofrecen. por lo que son fundamentales dentro del comercio internacional.

Ahora bien, Colombia es un país que se caracteriza por su riqueza cultural y creatividad, por lo que también poseen una ventaja que es la utilización de la Economía Naranja para sacar provecho del talento nacional que poseen. Este tipo de economía es muy importante ya que ayuda a diversificar las áreas productivas de un país y saca el mayor provecho de las ideas de los ciudadanos apoyándolos a su vez.

Por lo que es importante conocer la historia de este tipo de economía en la República de Colombia y como ha revolucionado la forma en la que el mundo y la región ven a este país.

Como se menciona a lo largo de esta investigación la Economía Naranja es la economía que surge de las ideas, la creatividad y la innovación; la parte cultural también es fundamental y Colombia ha logrado aprovechar su riqueza cultural y artística.

Según Cordero (2024) en su escrito “Economía naranja: una mirada a la historia de un fracaso” menciona “si bien el concepto de economía naranja fue acuñado por Duque y Buitrago en el año 2013, la idea de las economías creativas, de la economía cultural data de muchos años atrás...” (p.16) Por lo que la República de Colombia desde hace muchos años atrás ha apostado por un modelo de economía en donde se incluya la parte artística y cultural de su nación.

Según el mismo autor se dice que:

“Duque y Buitrago (2013), señalaban la importancia de exprimir la creatividad de los trabajadores de la cultura, lograr impulsar sus habilidades creativas en pro del crecimiento del sector. Esta apuesta por la creatividad y el aprovechamiento de la misma señala Miller (2011), encuentra su hacedero en la campaña política de 1966 en la cual Reagan busca hacerse con la gobernación de California, allá este señalaría la importancia “de una sociedad creativa... para descubrir, reclutar y movilizar los recursos humanos increíblemente ricos de California [por medio de] las innumerables personas con talento creativo.” (p.17)

Luego de esto, en 2018 el expresidente colombiano Iván Duque, menciona en uno de sus discursos políticos el deseo de hacer del emprendimiento la base del progreso económico y social colombiano. También mencionó la importancia cultural del país y como está iba a ser clave para el desarrollo de Colombia como país, esto ayudaría a dejar la violencia de lado. (p.18)

Y juntamente con esta idea de llegar a explotar la creatividad y cultura colombiana con miras de mejorar la economía, también se mejoraría el tema de la seguridad. Por ejemplo, la ciudad de Medellín es clave en todo el proceso de transformación y aplicación de la Economía Naranja en Colombia, mejorando no solo el aspecto y seguridad de la ciudad, sino, también, apoyando al artesano local, mejorando el turismo e inversión extranjera y aumentando los ingresos del país.

Ahora bien, esta fue una de las estrategias que tuvo el expresidente Iván Duque durante su campaña presidencial. Por lo que según Cordero (2024):

“Bajo estos supuestos se empezó a gestar en el año 2017 la ley naranja, ley que sería impulsada por Duque, quien como ya se señaló fue el principal promotor de la economía naranja, no solo en Colombia sino en toda la región. En este sentido, el Plan Nacional de Desarrollo titulado “pacto por Colombia, pacto por la equidad” supuso el esfuerzo por integrar la economía naranja y todos sus postulados al interior de la economía y la estructura social colombiana... En consecuencia, con esto, el PND 2018-2022, se abre la puerta a la integración de la economía naranja al señalar en el pacto X que: pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja” (Ley 1955, 2019. Pp.2), esto supone la adhesión de los postulados señalados en la ley 1834 del 2017 como mecanismo de inserción efectiva de la cultura a los diferentes sectores de la economía nacional e impulsar así el desarrollo del país.” (p.24)

Siguiendo en esta línea, el escrito también menciona que la ley naranja, la cual tenía como objeto “desarrollar, fomentar y proteger las industrias creativas”. Por lo que es una ley que busca cómo beneficiar al productor y artesano local, una práctica bastante positiva para que impulse el crecimiento de los ciudadanos en el país, fomentando la competencia justa.

Asimismo, la implementación de leyes que impacten de forma positiva a la Economía creativa también le genera beneficios al comercio digital en Colombia, ya que no sólo la industria textil está involucrada entre las industrias creativas, sino también, áreas de innovación y propiedad intelectual. Con esto a lo que se hace referencia es que, gracias al apoyo por parte del gobierno, muchos diseñadores de software y de plataformas digitales pueden brindar sus servicios de una mejor manera y con esto asegurar sus derechos a la propiedad intelectual.

También el comercio digital se ve involucrado porque como se menciona a lo largo de la investigación, muchas personas alrededor del mundo buscan cómo adquirir productos colombianos sin tener que desplazarse al país. Por lo que aquí tienen un protagonismo las plataformas digitales de *e-commerce* que le faciliten al cliente la opción de comprar desde la comodidad de sus hogares.

Por lo que todo se relaciona de una forma funcional y se les brinda apoyo a todos los sectores creativos de la industria y economía colombiana. Gracias a esto también existen muchas tiendas que venden productos 100% artesanales colombianos que han logrado expandir su nicho de mercado a otros países, ofreciendo sus productos al por mayor generando empleos y más ingresos monetarios y con esto colaborando con el PIB del país.

La industria textil y de indumentaria siempre ha sido muy importante y se mantiene creciendo. El comercio digital ha impactado mucho la forma en la que las personas adquieren sus prendas de vestir, por lo que esta innovación puede significar la creación de millones de emprendimientos alrededor del mundo.

En la actualidad, se ve como los negocios de ventas al por mayor han tomado mucha fuerza, ya que muchas personas se han visto en la necesidad de emprender para poder hacerle frente a las crisis económicas causadas por la globalización, la desigualdad salarial y el empobrecimiento constante por causa de la subida de precios en muchos países por temas de deudas externas, corrupción y la competencia comercial injusta.

Razones por las cuales, el comercio digital les facilita a millones de familias buscar opciones de emprendimientos adquiriendo productos colombianos a mejores precios para revender. Las mega industrias de moda y el comercio digital que han azotado el consumismo y a los pequeños productores son en parte las causantes de la caída de los emprendimientos artesanales, costureras y sastres.

Por lo que el comercio digital como se mencionó anteriormente logra ser una parte de una problemática también una ayuda innovadora para que estos pequeños emprendimientos logren dar a conocer su valor agregado.

2.2 Marco Conceptual

En el siguiente apartado, se definirán conceptos que se van a estar utilizando a lo largo del trabajo de investigación que son relevantes para desarrollar un análisis de manera eficiente y encaminado al propósito de esta investigación. Esto va relacionado a temas de innovación, sostenibilidad y economía naranja.

2.2.1 Economía Naranja

La economía naranja es un modelo productivo en el que los bienes y servicios que se comercializan tienen un valor intelectual, debido a que surgen de las ideas y del conocimiento de sus creadores. Explicado de otra forma, son todas las actividades económicas relacionadas con el arte, la cultura, investigación, ciencia, tecnología, entre otras, en las que la creatividad es la principal característica. Por ello, también es conocida como economía creativa. (Santander, 2022)

Como dato curioso, es que este tipo de actividades se clasifican dentro de la Economía Naranja por la asociación que se hace entre el color naranja y la creatividad. Generalmente en la psicología del color, se menciona que el color naranja está relacionado con el entusiasmo, confianza, éxito, generosidad y creatividad. (BirdCom, s.f)

2.2.2 Industria textil

La industria textil es el sector de la industria manufacturera dedicado a la producción de fibras (naturales y sintéticas), telas, hilados y otros productos vinculados con la ropa y la vestimenta. Suele abarcar la fabricación de ropa, piezas de vestir e incluso zapatos, y su labor se desarrolla en fábricas textiles o maquilas. (Concepto, s.f)

Esta industria es de las más grandes y productivas dentro de la economía global, por lo que es de suma importancia, ya que genera millones de empleos. También es una de las industrias que más ha ido evolucionando e innovando con el pasar de los años, ya que las necesidades y gustos de los consumidores están en constante cambio.

2.2.3 Comercio digital

En la presente investigación el comercio digital toma un papel protagónico y de suma importancia, por lo que es necesario definirlo. En la actualidad, este tipo de comercio ha tomado mucha fuerza, ya que el comercio también ha tenido que adaptarse a las necesidades de los

cambios y este también responde a crisis como la del COVID-19 en donde se mantenía el contacto cero entre personas y muchos negocios fueron cerrados para evitar el contagio.

Según Esneca Business School (2023) el comercio digital “busca la transformación digital y la automatización en todos los aspectos de la empresa. Es decir, procura incluir la tecnología en todas las etapas del proceso comercial, desde la promoción y marketing hasta la gestión de la cadena de suministro y la entrega.

2.2.4 Comercio electrónico o e-commerce

Por otro lado, también está el comercio electrónico o *e-commerce* que según Esneca Business School (2023) “... pone el foco en la compra y venta de productos y servicios en línea, mientras que el comercio”. Entonces el comercio electrónico se enfoca únicamente en lo que es la compra y vienes de productos y servicios.

Este concepto también es muy importante ya que es parte del comercio digital. Este cuenta con varias características y la principal es la facilidad que se le brinda al cliente el conseguir el producto o servicio que desea ya que se puede realizar el pago en línea, es un método seguro, es global y se puede hacer desde cualquier parte del mundo.

Este tipo de comercio también ha revolucionado la forma en la que se utilizan las redes sociales, ya que estas se han convertido en las principales plataformas de marketing, de compra y venta de bienes y servicios. Esta es una herramienta indispensable para las empresas y pequeños y medianos empresarios que buscan expandir sus nichos de mercado y darse a conocer.

2.2.5 Moda sostenible

La moda sostenible se basa en la fabricación de ropa teniendo como prioridades la disminución de los impactos ambientales en toda la cadena de producción, utilizando materiales más ecológicos o con menor impacto y reduciendo la contaminación medioambiental y la huella de carbono de los productos. Además, contribuye a crear un

comercio socialmente más justo, apostando por unas mejores condiciones económicas y laborales de los trabajadores. (Eurofins, 2023)

La industria textil también forma parte de las industrias más contaminantes, por lo que la moda sostenible es una forma de innovación para intentar mitigar o reducir la contaminación que las mega industrias generan por día. Esta tendencia o movimiento lo que busca es que las prendas y la indumentaria se produzcan con materiales más naturales o biodegradables que no les tome años en degradarse.

También busca implementar el término de moda circular, que es darles una segunda vida a todas las prendas que ya las personas no quieran utilizar. Esto es una medida bastante innovadora que va de la mano con el trabajo de concientización que se busca inculcar a la población en donde se muestra que no es necesario estar adquiriendo prendas en establecimientos que producen en masa y venden a precios elevados.

2.2.6 Moda rápida o Fast Fashion

Este concepto es la causa del concepto de moda sostenible, ya que como se mencionó anteriormente, las industrias grandes asiáticas producen en masa y lanzan nuevas tendencias al mercado varias veces al año o cada año. Por lo que esta industria contamina mucho la tierra, el agua y el aire y explota a muchos adultos y niños dándoles trabajos muy pesados con jornadas de largas horas y con sueldos que no alcanzan para vivir dignamente.

Por lo que, según McDonald (2023) “Moda rápida” es el término utilizado para describir la producción rápida de prendas en grandes cantidades para seguir el ritmo de las temporadas o de las tendencias en constante cambio. Para mantenerse al día con las tendencias siempre cambiantes propagadas por las pasarelas, los influencers y las redes sociales, los conocedores de la moda y los ávidos compradores de ropa pueden recurrir rápidamente a las opciones más convenientes – y económicas – que existen.

2.2.7 Emprendimientos / PyMES

Según la página en línea Ferrovial, se entiende por emprendimiento a la acción de llevar a cabo una obra, idea, negocio o proyecto, aprovechando oportunidades y aportando valor.

También según Flores (2017) menciona que una PyME nace con la iniciativa de vender desde el inicio; emprendimientos trazan sus objetivos financieros a mediano y largo plazo, ya que es su prioridad establecerse en el mercado.

Por otro lado, la PyME o Pequeña y Mediana Empresa es una entidad organizativa que se identifica por poseer un número relativamente bajo de trabajadores, unas actividades comerciales limitadas, y un ingreso económico no superior a las grandes empresas. (CEUPE, s.f)

2.3 Marco Referencial

En la actualidad, la Economía Naranja ha logrado tomar un poco más de protagonismo en las economías de los países y el comercio digital ha tomado mucha fuerza. Por lo que como se ha mencionado en el transcurso de esta investigación países como Colombia, han creado leyes que respalden las actividades económicas relacionadas a la creatividad o a la Economía Naranja.

A pesar de esto, aún existe mucha incertidumbre en lo que es el comercio digital y cuál es el impacto que ha tenido este sobre el área creativa y de innovación en el sector textil colombiano. Ya que las grandes industrias acaparan el mercado con precios mucho más bajos que los precios que ofrece un artesano o un comerciante nacional.

Volviendo al tema de las leyes, en Colombia se han hecho muchos esfuerzos por regular las actividades relacionadas a la industria creativa, comercio electrónico y a la propiedad intelectual. Aspectos que son muy importantes si se quiere incentivar la innovación y la creatividad entre los ciudadanos para mejorar el comercio nacional.

Por lo que el país ha implementado políticas públicas como por ejemplo EL Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) aprobó... el documento CONPES 4090; política de la Economía Naranja: Estrategias para Impulsar la Economía de la Cultura y la Creatividad que según el Departamento Nacional de Planeación (2022) está "...les permitirá a las entidades públicas fortalecer a los actores culturales y creativos del país.

El documento CONPES plantea estrategias para consolidar el papel transformador de la economía naranja en el desarrollo sostenible de los territorios, a través de la promoción de los derechos culturales y el trabajo en red.”

Según el Departamento Nacional de Planeación (2022) esta política está diseñada para cumplir cuatro ejes:

1. El primer eje está diseñado para promover la identificación y el reconocimiento del valor cultural y económico de las expresiones artísticas, culturales y creativas para visibilizar su potencial de transformación.
2. El segundo eje apuesta a mejorar la coordinación entre actores públicos y privados, así como la información sectorial.
3. El tercer eje pretende mejorar las condiciones de entorno y económicas para la sostenibilidad de los sectores culturales y creativos.
4. El cuarto eje busca incrementar la circulación de bienes y servicios culturales y creativos.

Instituciones como el Ministerio de Trabajo y el Servicio Nacional de Aprendizaje toman roles muy importantes ya que este último es el que lleva la labor operativa ya que existen varias sedes alrededor del país y también forma parte del Consejo Nacional de la Economía Naranja.

También existe la Ley Naranja (Ley 1834 de 2017) que tiene como objetivo según el artículo 1° de la misma “... desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.”

Esta ley también estipula las 7i, que son las estrategias para la gestión pública que se detallan en el artículo 5° de la Ley 1834 y que también se conocen como los siete pilares de la Economía Naranja, las cuales son:

1. Información. Se promoverá un adecuado levantamiento de información constante, confiable y comparable sobre los sectores de la economía creativa.
2. Instituciones. Se coordinará la gestión administrativa que permita involucrar al sector público, privado, mixto y no gubernamental, que permita articular de forma

adecuada los postulados de la Economía Creativa. La articulación de las instituciones u organizaciones públicas y privadas a nivel regional también es necesaria para crear un terreno fértil

3. Industria. Se fortalecerá el papel de las industrias creativas, así como su formalización y adecuación con la finalidad de que se privilegie y apoye su contribución en el producto interno bruto.
4. Infraestructura. Se desarrollará la infraestructura necesaria para que, en el marco de las competencias del Gobierno nacional y los Gobiernos locales, se privilegie la inversión en infraestructura física o infraestructura virtual, así como a su acceso inclusivo.
5. Integración. Se promoverán los instrumentos internacionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a los mercados fortaleciendo así su exportación, sin perjuicio de aquellos tratados y obligaciones internacionales suscritas y ratificadas por Colombia.
6. Inclusión. Se promoverá el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que estas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas.
7. Inspiración. Se promoverá la participación en escenarios locales, virtuales, nacionales e internacionales que permitan mostrar el talento nacional, conocer el talento internacional, e inspirar la cultura participativa desarrollando la Economía Creativa en todas sus expresiones.

Con respecto a la industria textil, también se han ido aprobando medidas como aranceles e impuestos que respalden la misma como por ejemplo según la página en línea del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023) “Desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ya se han adoptado medidas para apoyar el mercado local, como el aumento de los aranceles del sector confecciones y textiles a 40%, con el fin de promover la competitividad de la industria nacional y la creación de puestos de trabajo” sostuvo la viceministra”.

Por otro lado, es importante mencionar que la República de Colombia también ha creado leyes que respaldan el comercio electrónico. Esto es un punto clave para el buen desarrollo del comercio digital en cualquier país, ya que surgen temas de ciberseguridad como protección de datos, de propiedad intelectual y al consumidor.

Para esto existen leyes como la Ley 527 de 1999 en donde se regulan y se les da validez a elementos como firma digital y mensajes de datos. Estos tienen mucha importancia en la actualidad, ya que muchos trámites requieren de firmas para validarlos y gracias a la tecnología la implementación de la firma electrónica o digital ha facilitado el firmar documentos a distancia y que tengan autenticidad y validez.

Además de las leyes que protegen la propiedad intelectual, específicamente lo que se aplica para esta investigación que es la protección de la propiedad intelectual de los diseños, la innovación y la creatividad que desarrollen profesionales, artesanos y ciudadanos dedicados a la industria textil.

Un hecho importante es que la República de Colombia sirve como ejemplo regional de que sí se puede apoyar el talento, la cultural y la creatividad nacional. El hecho de que sean actividades culturales no quiere decir que no sean valiosas en temas de innovación y desarrollo para el país, como lo han sido muchas empresas en Colombia que se han aventurado a tomar riesgos e innovar en temas de sostenibilidad y cultura.

Un punto que hay que tener presente es sobre el funcionamiento de las Relaciones Internacionales actuales, y como estas juegan un rol sumamente fundamental para el mantenimiento de las relaciones comerciales entre los diferentes actores tanto nacionales como internacionales. Durante la historia, han surgido un gran número de teorías que ponen en prueba diferentes teorías, creadas también en distintos tiempos, sobre cómo funciona el mundo.

Por lo que para este trabajo de investigación se van a utilizar dos teorías de las relaciones internacionales, las cuales serán explicadas cada uno, y al final se analizará sobre cómo estas tienen relación con el tema propuesto y sus objetivos.

2.3.1 Liberalismo comercial

Claramente no hay respuesta concreta de cuál de todas estas teorías es correcta, sin embargo, se pueden ligar con la realidad de la problemática expuesta anteriormente. Por lo que se intentará llegar a un punto medio que permita al lector entender las razones por las cuales fueron escogidas.

En primer lugar, está el Liberalismo como teoría pura “está relacionada con el utopismo del periodo entreguerras, pero es distinta. Los utópicos creían que la guerra podía eliminarse perfeccionando al hombre o al gobierno. Las raíces de la teoría liberal moderna de las relaciones internacionales se remontan más allá del utopismo, al ensayo de Immanuel Kant “Hacia la paz perpetua” (Cristol, 2019)

Sin embargo, esta teoría ha pasado por variaciones de pensamiento en donde también existe el neoliberalismo y el liberalismo comercial que es el que aplica mejor a esta investigación. “El liberalismo comercial enfatiza la importancia de la interdependencia económica y el libre comercio (la “hospitalidad universal” de Kant) para mantener la paz” (Cristol, 2019).

En el apartado histórico se mencionó como la República de Colombia tuvo que optar por la liberalización de su mercado para poder hacerle frente a crisis económicas y lograr diversificar su economía. Por lo que esta teoría se aplica perfectamente al tema por el hecho de que la Economía Naranja está basada en lucrar con productos y servicios derivados de la creatividad y la innovación.

Continuando en esta línea, es importante que la economía de un país sea abierta al comercio internacional o a la inversión extranjera para que logre sacar ventaja de esta. Actualmente el comercio digital es fundamental para que cualquier negocio tenga éxito a nivel internacional, es un muy buen punto de apoyo si se quieren ofrecer bienes o servicios.

Por lo que el comercio digital permite cooperación ya que gracias al liberalismo comercial se logra implementar softwares y herramientas útiles para el manejo de cualquier negocio desde su país sede en cualquier parte del mundo. Gracias a la digitalización muchas familias lograron salir adelante con pequeños emprendimientos y PyMEs que les ayudaron a sobrevivir en la pandemia por COVID-19.

También el comercio digital gracias a la liberalización del comercio permite la integración económica en el marco de la Economía Naranja, ya que la República de Colombia se ha logrado dar buena reputación en los mercados extranjeros, además de atraer inversión extranjera. Y gracias a esto se da una integración consciente de la cultura y la creatividad al PIB nacional en donde muchas familias se pueden sentir respaldadas por el gobierno.

2.3.2 Constructivismo

La segunda teoría que se va a estar ligando al presente trabajo es la llamada Constructivismo. “El Constructivismo sostiene que, si bien el mundo -o medio- influye en el comportamiento de los actores, también la interacción de los actores puede llegar a transformar el entorno en el que se desenvuelven (Bravo y Sigala, 2014: 439). Plantea que la sociedad no es estática, sino dinámica, pues gracias a las constantes interacciones sociales es posible transformar el medio, del mismo modo como el medio transforma a las sociedades en su interior.” (Tah, 2018)

Por lo que esta se puede ligar al impacto del comercio digital en la Economía Naranja específicamente en el área creativa y de innovación en el sector textil colombiano por el hecho de que si la sociedad es dinámica y las constantes interacciones sociales pueden transformar el medio esto nos dice que tanto los gustos y necesidades de los consumidores pueden influenciar un mercado. Por ejemplo, para nadie es un secreto que el mercado latinoamericano está fuertemente influenciado por el mercado estadounidense.

Entonces siguiendo en esta línea, la forma en la que se van presentando necesidades como por ejemplo la crisis por COVID-19; desató la necesidad de evitar la propagación de la enfermedad lo que obligó al mundo a acelerar el desarrollo del comercio digital para evitar el contacto. Esto provocó la llegada de millones de tiendas virtuales y de la realización de negociaciones de forma virtual.

Ahora bien, enfocando este planteamiento al tema de investigación, el constructivismo al ser una teoría en la que el sistema internacional se construye socialmente, caben temas culturales y creativos que son indispensables para el ser humano. Gracias a estos dos puntos muchas naciones logran crear su identidad y logran sobrevivir.

Por lo que, muchas de las actividades de la Economía Naranja específicamente de la industria textil se logran comercializar por el valor agregado que estas aportan a la economía colombiana, como, por ejemplo, el tema de sostenibilidad es parte de la innovación que se buscan en la actualidad.

También la calidad de los productos colombianos, así como la cultura que le agregan ya sea en el teñido, bordado, tejidos o técnicas de costura que tal vez provengan de alguna comunidad indígena son parte esencial de la Economía Naranja de este país. Gracias a todos estos aspectos es que los emprendimientos también logran salir a flote, por la creatividad que utilizan los colombianos y porque hay muchos diseñadores, empresas, distribuidores de telas e insumos que se han posicionado de forma positiva en el mercado internacional y nacional.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo tiene como fin desarrollar todos los aspectos fundamentales para el buen desarrollo de la presente investigación, aspectos tales como el tipo de investigación que se va a estar realizando, el diseño, la muestra y la unidad de análisis van a estar guiando el curso de la investigación. Esto tiene como fin la recolección de datos pertinentes para dar respuesta a la pregunta de investigación.

3.1. Enfoque de la investigación

Para la presente investigación se define el enfoque dentro del parámetro cualitativo, dado a que se busca describir y analizar la información oportuna relacionada al impacto del comercio digital dentro de la economía naranja específicamente dentro de la industria textil colombiana. Con base en Hernández, Fernández y Baptista (2014), se manifiesta que el enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7).

Con respecto a lo anterior, esto va en lineamiento con el planteamiento del problema y la pregunta generadora de la investigación. ¿Cuál es el impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en el área creativa y de innovación en el sector textil durante el periodo de 2019 a 2024 en la República de Colombia? Para así a través de este análisis, comprender cómo la digitalización ha transformado el ecosistema creativo y de innovación en el sector textil.

El investigador cualitativo se diferencia de los demás, ya que, en este tipo de investigación se da la realización de entrevistas, se indaga en documentos y se recolectan datos; el propósito de este es “reconstruir” la realidad y generar opiniones por medio de las entrevistas. Las indagaciones cualitativas no buscan generalizar de manera probabilística los resultados obtenidos, más bien, se busca que los resultados de cada investigación sean diferentes, innovadores y que no se repitan. (Hernández et al., 2014 p.9)

Es importante recalcar que el aporte de una investigación cualitativa busca nuevas respuestas a problemáticas ya existentes. Según Hernández et al (2014):

El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es *naturalista* (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e *interpretativo* (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorguen. (p.9)

3.2. Diseño de investigación

Este proyecto basado en un enfoque cualitativo busca analizar y describir una problemática. Esta investigación se resguarda a favor del diseño de investigación – acción, en la cual, se busca analizar el impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en la industria textil colombiana. El crecimiento del e-commerce y la digitalización ha forzado a las empresas a mejorar sus procesos productivos por lo que esta situación hace imprescindible un estudio detallado que permita reconocer y evaluar tanto los beneficios como desafíos que están asociados a esta transformación.

Continuando con esta idea, el diseño de investigación: investigación – acción según Salgado (2007) “La finalidad de la Investigación – Acción es resolver problemas cotidianos e inmediatos, y mejorar prácticas concretas. Su propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales.” (p.73).

Esta metodología resulta adecuada porque permite no solo comprender la situación actual en la industria textil en relación con el comercio digital, sino también resulta útil para generar información que puede ayudar en la toma de decisiones estratégicas que contribuyan con el fortalecimiento y sostenibilidad de esta industria.

Este diseño de investigación – acción será una herramienta fundamental para la recolección de información que sirva como soporte para realizar el análisis pertinente. Con base en las experiencias y conocimiento que compartan los entrevistados se podrá generar diálogo y crítica que sea de utilidad para que otros países, emprendimientos o empresas puedan sacar provecho, aplicar y apoyar la economía naranja, al sector textil y a los pequeños productores.

Según Salgado (2007), este diseño de investigación cuenta con tres pilares los cuales son:

- Los participantes que están viviendo un problema son los que están mejor capacitados para abordarlo en un entorno naturalista.
- La conducta de estas personas está influida de manera importante por el entorno natural en que se encuentran.
- La metodología cualitativa es la mejor para el estudio de los entornos naturalistas.

Por lo que, el enfoque cualitativo basado en la investigación – acción brinda un marco adecuado para el análisis del impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en la industria textil colombiana. A través de un proceso participativo y reflexivo, como se mencionó anteriormente, esta investigación no solo busca evidenciar una situación actual, sino, también generar información útil para fomentar la innovación, crecimiento y competitividad en el sector textil en la era digital.

3.3. Fuentes de información

Este apartado tiene la función específica de referirse a los participantes, empresas, emprendimientos, muestras entre otros, que serán de mucha ayuda para la recolección de datos y para lograr comprender, generar crítica y analizar la información que dé respuesta a la pregunta de investigación antes expuesta. Según Maranto y González (2015) “Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de la información, dependiendo del nivel de búsqueda que hagamos.”

En este sentido se establecerá contacto con diversas empresas y emprendimientos cuya actividad esté relacionada con la temática abordada, permitiendo obtener una visión más amplia y detallada en el contexto en el que se desarrolla esta investigación. La selección de la muestra se realizará de forma rigurosa para garantizar que la recolección de datos sea útil, precisa y que facilite la comprensión de la problemática expuesta a lo largo de la investigación.

Para profundizar en los datos de la problemática expuesta en la presente investigación es necesario emplear recursos que permitan examinar las áreas relacionadas al comercio digital

y la industria textil. Por lo tanto, esta información se obtendrá de los entrevistados relacionados al sector textil e industrial como tiendas y emprendimientos que han ido creciendo y desarrollándose también en la parte de comercio digital.

También más adelante se estarán detallando lo que son los tipos de fuentes y especificando la muestra para tener más claro cómo se estará abordando este capítulo de la investigación. Esta parte es esencial para lograr fundamentar la investigación de forma clara y concisa, como se ha mencionado anteriormente las fuentes de la investigación buscan cómo a partir de diferentes puntos de vista se pueden generar nuevas aristas ligadas al tema de investigación.

3.3.1 Fuentes primarias

Según la Universidad de Houston (2024) se pueden definir las fuentes primarias de la siguiente forma:

“Las fuentes primarias son materiales que sirven como evidencia original que documenta un período de tiempo, un evento, personas, ideas u obras. Las fuentes primarias no siempre son fuentes históricas. Se crean en el momento de estudio, por lo que su fecha de creación puede variar desde siglos atrás hasta la actualidad.”

Por lo que las fuentes primarias de información de esta investigación serán principalmente tiendas de ropa colombiana, tiendas de telas e insumos textiles, emprendedores tanto costarricenses como colombianos y personas que tengan experiencia en el sector textil como costureras y diseñadores colombianos y costarricenses. También se consultarán páginas en línea que posean información pertinente como artículos, revistas, libros y relatos que puedan ayudar a expandir el conocimiento y el análisis.

Por lo que se procederá a buscar y contactar dichos lugares para coordinar la realización de las entrevistas y hacer la recolección de datos. Por lo que este proceso es clave para el desarrollo de la investigación y para generar análisis y criterios nuevos relacionados al tema de investigación y evidenciar la importancia del comercio digital en el sector textil.

3.3.2. Fuentes secundarias

Según la Universidad de Houston (2024) las fuentes secundarias se pueden definir como "... obras que sintetizan y/o comentan fuentes primarias y/o secundarias, que suelen ser obras académicas, se diferencian de las fuentes primarias por el elemento de síntesis, análisis o comentario crítico." En este sentido, las fuentes secundarias pueden ser páginas web, libros, artículos entre otros recursos que sirven para complementar la información que se requiera.

El uso de las fuentes secundarias permite acceder a datos precisos y confiables, facilitando un análisis detallado que, combinado con la información obtenida de las fuentes primarias, contribuirá al cumplimiento de los objetivos del presente proyecto. Con esto también se da la oportunidad de ampliar la información recolectada y fundamentar la teoría que se pueda llegar a crear a lo largo de la investigación.

3.4 Población y Muestra

A continuación, se mostrarán un poco de cuáles serán las muestras y la población que se utilizarán a lo largo del trabajo de investigación. Para esto se tiene que definir los conceptos que se van a estar utilizando para poder comprender cual es la funcionalidad y propósito en este trabajo de investigación.

3.4.1 Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) "...una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008b)." (p.174) es decir, una población puede ser un grupo de personas que hayan experimentado o vivido una serie de situaciones en común.

En el caso de la presente investigación, la población que se estará utilizando está integrada por expertos de la materia del comercio en el área textil y creativa, ya que tienen conocimiento más actualizado y certero. Además de que pueden tener experiencia en lo que son las ventas online lo que los relaciona al impacto que ha tenido el comercio digital en la industria textil.

3.4.2 Muestra

Según López (2004) la muestra “es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros (...) La muestra es una parte representativa de la población”. Para lograr una selección de la muestra y llevar a cabo las observaciones en el presente estudio, es fundamental establecer una conexión con la muestra para determinar el enfoque cualitativo adecuado.

Por lo que un enfoque cualitativo según Mejía (2000) “... una parte de un colectivo o población elegida mediante criterios de representación socioestructural, que se somete a investigación científica social con el propósito de obtener resultados válidos para el universo.” (p.166). Continuando de la mano con lo anterior, para el presente proyecto de diseño investigación – acción se utilizará el tipo de muestra cualitativa de expertos y voluntarios.

Tabla 1

Entrevistado	Puesto	Razón
Sergio Sánchez	Economista	Unidad de cultura y economía del Ministerio de Cultura y Juventud
Iris Prada	Consultora en educación	Educación en jóvenes, emprendimiento y tecnología.
Marie Fernanda Calvo	Emprendedora	Experiencia en el campo textil.
Jéssica Quirós	Emprendedora	Experiencia en el campo textil.

Fuente: Elaboración propia.

3.5 Unidad de análisis

El impacto del comercio digital en la economía naranja específicamente en el área creativa y de innovación en el sector textil colombiano.

3.6 Instrumentos

Según la Universidad del Desarrollo (2021) los instrumentos de la investigación se pueden definir como:

“El o los instrumentos de recolección de información deben estar vinculados y alineados con la selección del diseño de investigación y la muestra apropiados al problema de investigación propuesto. La selección de estos instrumentos presenta un plan detallado del procedimiento que conduce al investigador a cumplir con los objetivos específicos.”

Los instrumentos de investigación son fundamentales para lograr una adecuada recolección de datos. Entre los instrumentos que se suelen utilizar están las entrevistas y fuentes bibliográficas entre otros medios. Es necesario que al utilizar instrumentos se tenga la certeza de que las fuentes sean confiables y válidas para evitar que el análisis de datos tenga alguna discrepancia.

También un factor importante es que los instrumentos permiten recopilar información de forma más eficiente y coherente. Al recopilar opiniones y experiencias por medio de entrevistas o indicadores se pueden resaltar aspectos relevantes para la presente investigación y con esto se puede reconocer patrones, tendencias entre otras variables que ayuden a complementar la investigación con información enriquecedora.

3.6.1 Revisión bibliográfica

La utilización de la revisión bibliográfica como instrumento de recolección de datos es muy importante para lograr tener una mejor visión del panorama en estudio. Este tipo de instrumento como bien se puede deducir por su nombre es la recopilación de datos por medio

de fuentes confiables como libros, revistas artículos entre otros. De acuerdo con lo que menciona Gómez et al. (2014) “la revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe garantizar la obtención de información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso.”

La exhaustividad en la búsqueda y análisis de datos recopilados por medio de estas fuentes no solo amplían el conocimiento sobre el tema como se menciona anteriormente, sino, también permite crear conexiones y tendencias dentro del campo investigativo. En conclusión, la revisión bibliográfica es una herramienta indispensable para fundamentar teóricamente la investigación.

3.6.2 Entrevista

Las entrevistas también son muy importantes en las investigaciones cualitativas ya que permiten recolectar datos por medio de experiencias y opiniones de expertos y/o voluntarios. Según Díaz, L et al. (2013) la entrevista:

“Es un instrumento técnico que adopta la forma de diálogo coloquial... Se argumenta que la entrevista es más eficaz que el cuestionario porque tiene información más completa y profunda, además presenta la posibilidad de aclarar dudas durante el proceso, asegurando respuestas más útiles.”

Este método facilita la obtención de datos profundos y detallados y con esto brindar una mejor perspectiva más fundamentada y contextualizada que no se podría obtener de otro tipo de instrumento de investigación. Además, las entrevistas permiten conocer el lado humano de las personas, es decir, explorar aspectos más subjetivos como emociones que contribuyen también a la comprensión del tema de investigación.

3.7 Proceso de recolección y análisis de datos

El proceso de la recolección de datos es indispensable para cualquier investigación, ya que ayuda a fundamentar con teoría, hechos, relatos y opiniones todas las preguntas que puedan surgir en el camino. Este proceso ayuda a analizar, evaluar y comprender la problemática a la que se le está haciendo frente con la investigación y con esto generar ayuda a más personas que busquen teoría rica en fundamento y criterio.

Por lo que el proceso de recolección y análisis de datos se puede definir como:

Según Sánchez (2022) “la recolección de datos dentro de una investigación comprende reunir y medir información de diversas fuentes, con la finalidad de obtener un panorama general del objeto de estudio. La obtención de estos datos puede realizarse a través de diferentes técnicas e instrumentos como la observación, cuestionarios, entrevistas y escalas.”

Continuando con lo anterior, el proceso de recolección y análisis de datos cuenta con una serie de fases las cuales se detallan a continuación:

1. Selección del tema de investigación.
2. Evaluación y validación de los documentos necesarios que certifican la relevancia y la utilidad de la investigación.
3. Recolección de fuentes bibliográficas.
4. Entrevistas a voluntarios y expertos.
5. Desarrollo de la información adquirida.
6. Conclusiones y recomendaciones.

Gracias al desarrollo de este proceso, se realizaron una serie de entrevistas y se recolectaron datos pertinentes que sustentan la presente investigación con datos y opiniones relevantes tanto de emprendedores como de diseñadores colombianos y costarricenses que se han tenido que enfrentar a la nueva era digital. Esto también dio la oportunidad de contextualizar la problemática expuesta a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Objetivo 1: Reconocer la importancia de la industria textil y la evolución que ha experimentado el comercio y sus formas en la República de Colombia.

Es importante reconocer la importancia de la industria textil en la República de Colombia, así como la evolución que esta misma ha experimentado en el comercio. Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación la República de Colombia tiene una amplia trayectoria en la industria de la moda y textil.

Además de ser clave en la aplicación de la Economía Naranja, Colombia desempeña un papel crucial en temas de innovación y desarrollo en esta industria. En esta investigación se mencionó la trayectoria histórica y desarrollo que ha tenido en estas áreas, desde la parte más artesanal a la parte más industrial e innovadora, lanzando productos, textiles, indumentaria, incluso diseñadores de moda muy reconocidos al mercado internacional y nacional.

Sin embargo, para poder llegar al punto actual, en donde este país se ha posicionado como un líder regional en temas de Economía Naranja, industria textil e innovación y comercio digital, ha sido necesario pasar por ciertos procesos de adaptación y liberalización del mercado. Por lo que a continuación, se estarán desarrollando varios puntos clave necesarios para poder analizar y desarrollar un mejor criterio sobre el impacto de la Economía Naranja en el área creativa y de innovación en el sector textil de la República de Colombia.

4.1.1 Importancia de la industria textil en Colombia

La industria textil colombiana es muy reconocida a nivel latinoamericano por su alta calidad, diseños e innovación. Hablando a nivel global, la industria textil es una de las más grandes e importantes para la economía y una de las que más tendencias lanza al mercado y a su vez, es una de las industrias que más masas mueve. Incluso esta industria ha sido crucial para muchos movimientos políticos y sociales, en donde también se refleja el estado económico de la sociedad.

Anteriormente se ha mencionado bastante la importancia que tiene esta industria en el país colombiano y lo significativa que es para el PIB. Juntamente con esto, el comercio no se queda atrás, esta actividad hace que la economía alrededor del mundo este activa, lo que es fundamental hasta para que las personas sobrevivan y además esta actividad al igual que la industria textil está en constante evolución y adaptándose a los cambios que la globalización impone.

Relacionando estos dos puntos (la industria textil y el comercio digital) se puede ver reflejado el esfuerzo que realiza Colombia por mantenerse actualizado en temas de innovación. Muchas tiendas colombianas son un claro ejemplo de resiliencia y adaptación al cambio, pero este es un punto que se va a desarrollar más adelante.

La industria textil en Colombia representa a muchas familias, a sus tradiciones y legado cultural que dejan a través de cada producto que diseñan. Esta industria está muy arraigada a la cultura colombiana, por esta razón esta tan ligada a la economía creativa en el país, ya que no sólo es un reflejo de lo que es capaz el pueblo colombiano y de las raíces tan importantes que enriquecen su cultura, sino, que también en la actualidad esta industria atrae inversión extranjera la cual es casi que vital para los países en desarrollo en una era tan globalizada.

Gracias al gran potencial que tiene Colombia y por su buena posición geográfica también se han llevado a cabo varios Tratados de Libre Comercio que facilitan muchas de las relaciones comerciales con el resto de los países. Además de que esto ayuda a generar más empleo, productividad y mejorar la cooperación internacional en aspectos de innovación, sostenibilidad y empleo.

Por lo que la industria de la moda colombiana junto con la industria textil no solo aporta riqueza cultural y creativa, sino también aportan un camino de transformación constante y apertura hacia el futuro. Esto se ve evidenciado en el espíritu emprendedor que muchas familias colombianas poseen y la forma en la que se han digitalizado, al punto de que muchas pequeñas empresas o emprendimientos han optado por crear sus propias páginas web o perfiles digitales en donde ofrecen sus bienes y servicios.

Anteriormente se mencionó que esta industria en 2022 representó el 9,4% del PIB de la economía en la República de Colombia. Según el Colombiano (2025) en Colombia, la industria de la moda cerró el año con un crecimiento estable del 5.2% superando los 34 billones

de pesos, y proyecta un crecimiento del 5.8% para el 2025, representando un 2% del PIB nacional y más del 10% del PIB industrial.

También es importante resaltar que Colombia es uno de los países con más importancia en América Latina en la parte de la industria textil. Este país ha logrado explotar esta industria de una forma en la que se les reconoce por su calidad e innovación en diseños por lo que por sí sola demuestra lo importante que es para la industria y cultura colombiana.

La industria textil está dominada por cinco compañías integradas y de gran tamaño, con un mercado sofisticado y maduro. Pero además de esto, unas 500 empresas de tamaño mediano y pequeño están también dedicadas a la manufactura textil, dando empleos directos a unos 200.000 trabajadores, así como empleos indirectos a cerca de 600.000 personas, lo que representa más del 13% del total del empleo en el sector de la manufactura. (Textiles panamericanos, 2019).

Socialmente, esta industria ha logrado impactar en la generación de empleo tanto formal como informal, como se ha mencionado en reiteradas veces en esta investigación, esta industria es crucial para la entrada de ingresos económicos para muchas familias colombianas. Además, un aspecto positivo es que esta industria promueve la inclusión laboral de mujeres, artesanos, pequeños emprendedores, empresarios, incluso campesinos e indígenas.

También una práctica muy positiva es la de promover el fortalecimiento de comunidades, ya que, si se unen esfuerzos y se crean oportunidades laborales de este tipo, se logra ir reduciendo la pobreza, el analfabetismo tecnológico y se contribuye a que las familias logren capacitarse en alguna actividad para que logren llevar el sustento diario a sus hogares y que más jóvenes tengan más oportunidades.

En el ámbito cultural, en el marco histórico de esta investigación se mencionó la importancia y la trayectoria histórica de la industria textil en este país. En donde las técnicas se han pasado de generación en generación y hay una escasa cantidad de familias que aún tienen el conocimiento de muchas de las técnicas ancestrales para hilar telas o crear diseños autóctonos.

Sin embargo, muchos diseñadores se han inspirado en los diseños, tejidos y técnicas ancestrales para innovar y crear moda. Por lo que, aquí se ve la importancia de las comunidades indígenas y el valioso aporte que dan tal vez de forma indirecta a la economía y cultura. Las

poblaciones indígenas en América Latina siguen dando ese valor agregado cultural tan importante y que se pierde con los constantes bombardeos de las tendencias lanzadas por parte de las grandes potencias conquistadoras no solo en lo territorial (históricamente hablando) sino también, en el pensamiento, gustos y cosmovisión.

La expresión artística es de suma importancia para los seres humanos, es la forma en la que muchos expresan sentimientos, opiniones, emociones, críticas entre otros, por lo que la moda y la creatividad también es una forma de expresión artística en donde muchas personas tienen la oportunidad de innovar.

Siguiendo en esta línea, la industria textil da rienda suelta a la innovación. Gracias a esto muchos diseñadores no solo experimentan con colores, formas y texturas, sino también, se aventuran a experimentar con nuevos materiales y una característica importante que posee el ser humano es la capacidad para adaptarse al cambio.

Como bien se sabe, el mundo está atravesando una crisis ambiental y climática por causa de la contaminación por desechos desmedidos producidos por los seres humanos. Por lo que los productos amigables con el ambiente, reutilizables, biodegradables tienen un papel muy importante en la demanda actual.

Y como se ha explicado a lo largo de esta investigación, en el ámbito económico esta industria es de suma importancia para la República de Colombia. Sus ciudadanos tienen una ventaja bastante provechosa y es que se han hecho esfuerzos por apoyar la creatividad y la innovación.

4.1.2 Cambios en el comercio de productos textiles.

Anteriormente se estuvo explicando la importancia de la industria textil en la República de Colombia, y a lo largo de esta investigación se ha estado mencionando la evolución que esta ha tenido con el pasar de los años. Por lo que es importante exponer el cambio que también ha ocurrido en el comercio de productos textiles.

A continuación, se van a estar explicando tres de los cambios más significativos que ha tenido la industria textil en cuanto al comercio de productos:

Digitalización del comercio

Según la página en línea de *International Trade Administration* (2024), Colombia ha avanzado en el desarrollo de su economía digital: en 2023, el 63% de su población utilizaba Internet, frente al 38% en 2014. El país ha emergido como un actor líder en el panorama digital de América Latina y el Caribe, albergando el 12,8% de las empresas digitales de la región, sólo detrás de Brasil y México (Banco Mundial,2024).

La humanidad está atravesando una era digital en donde es indispensable que todas las personas se logren adaptar. El comercio es de las actividades más importantes que les permite a las naciones el intercambio de bienes y servicios que son vitales para el día a día de cada persona. Por lo que el comercio ha tenido que evolucionar junto con la humanidad y reinventarse con el pasar de los años.

La pandemia por COVID-19 aceleró el desarrollo y la innovación en el comercio, si bien este ya había comenzado desde hace bastantes años atrás a reinventarse, la pandemia marcó un antes y un después en la forma en la que se realizan las transacciones comerciales. La necesidad de tener todo a un *click* de distancia, adquirir productos en tiempo récord y que exista una relación costo – beneficio también favoreció a que el comercio se digitaliza de forma exponencial.

En Colombia, esto resulta bastante beneficioso para muchas personas que buscan tener un negocio propio o una segunda entrada de dinero a sus hogares. Si bien el comercio digital no es el favorito de algunas generaciones, este facilita la forma en la que se realizan negocios, ventas, servicios, transacciones e interacciones entre las personas.

La mayoría de las empresas, negocios y emprendimientos en la actualidad cuentan con redes sociales. Esto se ha vuelto un factor clave a la hora de llevar el marketing de una empresa, ya que las generaciones más actuales ahora acostumbran a revisar redes sociales buscando referencias de emprendimientos o productos antes de realizar un negocio o una compra.

Continuando con el caso de la República de Colombia, según la página en línea de *International Trade Administration* (2024), en febrero de 2024, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y el Departamento Nacional de Planeación (DNP) de Colombia presentaron la Estrategia Digital Nacional (END) 2023-2026. Esta estrategia busca aprovechar las tecnologías digitales para abordar los desafíos económicos, sociales y ambientales. El plan se estructura en torno a los siguientes pilares clave:

- **Mejorar la conectividad:** El gobierno busca cerrar la brecha digital mediante la expansión de la infraestructura de banda ancha, especialmente en zonas rurales y marginadas. Esto incluye iniciativas para brindar acceso a internet asequible y mejorar la calidad de los servicios digitales en todo el país.
- **Establecimiento de una infraestructura de datos segura:** se están realizando esfuerzos para construir una infraestructura de datos robusta que garantice la seguridad y la privacidad de los datos de los usuarios. Esto incluye tecnologías avanzadas de cifrado y el desarrollo de centros de datos seguros.
- **Fomento de la confianza y la seguridad digitales:** el gobierno se compromete a crear un entorno digital seguro mediante la implementación de estrictas medidas de ciberseguridad y el fomento de la alfabetización digital. Esto incluye campañas de concienciación pública sobre prácticas seguras en internet y la formación de equipos de respuesta en ciberseguridad.
- **Desarrollo de habilidades y talento digital:** Para impulsar la creciente economía digital, el gobierno invierte en programas de educación y capacitación para fomentar una fuerza laboral cualificada. Esto implica alianzas con instituciones educativas y entidades del sector privado para ofrecer programas de capacitación y certificación en habilidades digitales.
- **Promoción de la AI:** El gobierno promueve activamente la adopción de la inteligencia artificial (AI) en diversos sectores. Esto incluye el establecimiento de centros de investigación en AI, la financiación de startups de IA y la implementación de soluciones basadas de IA en los servicios públicos.
- **Fomento del gobierno electrónico:** el gobierno busca mejorar la presentación de servicios públicos y fomentar la participación ciudadana mediante el aprovechamiento de las tecnologías digitales. Esto incluye la digitalización de los servicios gubernamentales, el desarrollo de plataformas de gobierno electrónico y el uso de herramientas digitales para consultas públicas.

- Apoyo a las iniciativas de la economía digital: El gobierno apoyó ampliamente a las startups y emprendedores digitales mediante programas de financiación, incubadoras y aceleradoras. Estas iniciativas están diseñadas para fomentar la innovación y la colaboración dentro del ecosistema digital.
- Fomento de una sociedad digital: La estrategia hace hincapié en la creación de una sociedad digital inclusiva donde todos los ciudadanos pueden participar en la economía digital. Esto implica promover la inclusión digital, abordar las brechas en la alfabetización digital y garantizar el acceso a las tecnologías digitales para los ciudadanos.

Todos estos esfuerzos son fundamentales para que el comercio digital en Colombia pueda ser reconocido dentro de un marco legal y se logre incentivar el uso de la tecnología dentro del comercio. Esto también es parte de la Economía Naranja en donde la innovación y la creatividad van de la mano, gracias a la digitalización muchas familias tienen la oportunidad de emprender desde sus hogares y tener un nicho de mercado más amplio.

Consumo Constante y la sostenibilidad

Para nadie es un secreto que las tiendas en línea han tomado mucha fuerza en los últimos años. Estas tiendas son empresas gigantes que producen en masa y a la vez contaminan desmedidamente, por lo que la sostenibilidad juega un papel muy importante en las preferencias del mercado en la actualidad.

Los productos amigables con el ambiente o biodegradables están en tendencia, porque para muchas personas alrededor del mundo es importante sentir que son parte del cambio sin tener que realizar activismo o esforzarse demasiado. Por lo que Colombia, es un país en el que sus ciudadanos han logrado innovar en el área textil.

En Colombia existen muchas tiendas que son sosteniblemente responsables con el ambiente y que incluso producen telas o insumos hechos a partir de materiales reciclados, de fibras naturales o biodegradables. Aporte sumamente importante para el medio ambiente y para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Según la página de Procolombia (s.f) hoy en día, los comportamientos que generan las tendencias *Fast Fashion* en los usuarios hacen que muchas prendas lleguen a grandes vertederos de basura o incluso a incinerarse sin siquiera cumplir un tiempo de vida útil. Estudios demuestran que en realidad las personas solo usan el 20% de su clóset.

Por lo que uno de los cambios en los productos más importantes que ha experimentado el comercio colombiano es la sostenibilidad. En donde la moda circular, los materiales reciclables, fibras naturales y la innovación son indispensables para lograr satisfacer las necesidades del mercado y los consumidores.

Muchas de las tiendas de la industria textil también experimentan con la creación de telas a partir de fibras de plástico dándole una segunda vida a muchos artículos de plástico, en donde reciclan un 70% del agua que utilizan en la fabricación, también tienen prendas biodegradables y tratan de colaborar con la responsabilidad sostenible de la región. Todos estos aportes les hicieron ganar un premio a la sostenibilidad por parte de Inexmoda.

Apertura Comercial y los Tratados de Libre Comercio

Gracias a la liberalización del comercio, la República de Colombia ha logrado llevar a cabo varios Tratados de Libre Comercio que le han permitido expandir su mercado y atraer inversión extranjera. Esto es una gran ventaja ya que el comercio colombiano se logra posicionar en los mercados internacionales.

Según Espinel et. al, (2018):

...El sector textil, se caracteriza por transformar telas, fibras e hilos en productos tales como accesorios o prendas de vestir... En 2014 Colombia fue el 3° país de la región latinoamericana (por encima de Chile y México) que presentó crecimiento en este sector, con un aumento de ventas internas del 10%. Gracias a su ubicación geográfica el país tiene acceso a más de 1.400 millones de consumidores y también se ve favorecido por los TLC que se han establecido con Mercosur, Nafta, Estados Unidos, la Unión Europea, el Triángulo del Norte, Canadá y otros.

También en este mismo escrito se menciona que Colombia es el proveedor de textiles número 13 de México, 10° de Chile y 4° de Perú. Como se ha mencionado anteriormente, hay muchas tiendas colombianas que han logrado tener fama por su calidad, variedad y versatilidad de prendas, un ejemplo de esto es Leonisa que es una tienda de ropa interior femenina que ofrece sus productos al mercado internacional.

Algunos de los productos que se mencionan en este escrito que Colombia ofrece a algunos países como México y Perú son los siguientes: calzado, manufacturas de cuero, ropa informal y deportiva, formal masculina, infantil e interior, textiles y vestidos de baño. Y la competencia para Colombia son países como Estados Unidos, China, India, Corea del Sur, Vietnam y Bangladesh, Italia, Canadá, España, Alemania, Brasil, Argentina, Guatemala y Honduras.

Con esto se puede ver evidenciada la importancia de los Tratados de Libre Comercio para lograr desarrollar la economía y el comercio nacional. La exportación e importación de productos es de suma importancia para lograr cubrir la demanda y las necesidades básicas de muchas personas alrededor del mundo.

4.1.3 Retos actuales y tendencias

En la República de Colombia al igual que muchas otras naciones del mundo, existen retos que enfrentar. La globalización ha desencadenado un sinnúmero de tendencias y ha sacado a la luz muchos aspectos que se pueden mejorar y que se proyectan como una problemática. Por lo que a continuación se estarán explicando algunos de los retos y tendencias que experimentan tanto la industria textil como el comercio digital.

Comercio digital: retos

Como todo aspecto en la vida y evolución, el comercio digital también enfrenta retos que van surgiendo en el camino conforme van pasando los años y se van presentando nuevas necesidades, por lo que a continuación se van a estar explicando tres de los retos que pueden ser de los más significativos a la hora de desarrollar el comercio digital en Latinoamérica o en Colombia en cuestión.

1. Infraestructura tecnológica desigual: este es un reto que no sólo existe en la República de Colombia, sino también en todas las regiones del mundo. La infraestructura o las

herramientas tecnológicas no siempre llegan a todas las comunidades dentro de un país. Por lo que muchos países han creado programas de ayuda para que muchas comunidades y regiones logren tener acceso a internet lo cual en la actualidad se considera como un derecho humano.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y de Comunidades de Colombia (MINTIC, 2025):

La importancia estratégica del uso de la banda de 900 MHz como una herramienta clave para llevar servicios de Internet a zonas rurales y apartadas del país fue uno de los temas destacados por el director de la ANE. Esta iniciativa, que actualmente adelantan conjuntamente el Ministerio TIC y la agencia, le apunta a facilitar la participación activa de comunidades organizadas en la prestación de servicios de conectividad para sus vecinos.

Al respecto, Sotomayor señaló *“El gran desafío para cerrar la brecha digital es garantizar la sostenibilidad de los proyectos. Desde la ANE estamos trabajando en diversas alternativas que permitan llevar conectividad a más comunidades, como la promoción del uso de la banda de 900 MHz, con la cual buscamos llegar a zonas actualmente desconectadas.”*

Para contextualizar, la banda 900 MHz (megahercios) es una porción del espectro radioeléctrico (conjunto de ondas electromagnéticas) que se utiliza mucho en las conexiones de redes inalámbricas como de telefonía e internet. Por lo que es importante para lograr el objetivo de inclusión de comunidades en temas de conectividad.

Como se pudo evidenciar con la cita anterior, no todas las comunidades colombianas cuentan con buena infraestructura tecnológica por lo que son comunidades que están alejadas, por el momento, de poder explotar sus negocios a través del comercio digital. Por lo que el gobierno colombiano está haciendo esfuerzos para que este derecho llegue a todos y todas las colombianas y que no se queden excluidos o rezagados por causa de la conectividad.

2. Formalización de negocios: para nadie es un secreto que la informalidad a la hora de comerciar es una práctica que tiene mucha fuerza y que está presente en muchas comunidades alrededor del mundo. Esto se cataloga como un reto porque sí impacta la economía de forma indirecta y es una práctica que se lleva a cabo por varios aspectos como lo

son la evasión de impuestos, burocracia, altos costos de formalización, falta de oportunidades laborales, crisis económicas, falta de educación y capacitación.

Y, ¿por qué esto es relevante para el comercio digital? Por el hecho de que este puede ser una herramienta clave para el desarrollo de la informalidad laboral y comercial. Para ampliar un poco más, con respecto a la informalidad esto es clave para el comercio digital por la facilidad que ofrece para hacer negocios por medio de redes sociales o páginas web sin que tenga que “obligadamente” cumplir con responsabilidades tributarias o formales.

Según Ortiz (2025) ...para las empresas medianas y pequeñas los costos de formalizarse pueden superar las ganancias de hacerlo. Hay negocios que son informales porque no habría una ganancia considerable en formalizarse, o bien porque deciden aprovechar las ganancias de la competencia desleal de la informalidad-ilegalidad a pesar de poder pagar los costos de formalización.

3. Educación digital: este reto va muy de la mano con el primero que se expuso en este apartado que es el de la infraestructura tecnológica desigual. Y es que en la actualidad es considerado como analfabetismo tecnológico o digital el no saber utilizar una computadora, por lo que esto puede significar un reto para las zonas del país en donde la conectividad no está todavía presente.

Y con esto también está la falta de educación o conocimiento de que es el comercio electrónico y el manejo de herramientas tecnológicas. Como bien se sabe, muchos comercios ahora utilizan metodologías de pago como lo es por transacciones rápidas por medio de números de telefónicos, tarjetas, aplicaciones en los celulares entre otros, esto es un ejemplo de cómo cada vez el comercio se va digitalizando y las personas tienen que adaptarse a estas medidas.

También el uso de redes sociales, métodos de pago en línea, coordinación de logística y distribución, el uso de páginas web son necesarios para realizar hasta trámites burocráticos por lo que es importante que toda la población esté sintonizada en cómo utilizar las herramientas tecnológicas que cada vez van tomando más protagonismo en el día a día del ser humano.

Comercio digital: tendencias

Como se ha mencionado reiteradamente a lo largo de esta investigación, la pandemia por COVID-19 hizo que se acelerará la introducción del comercio digital de forma exponencial en el día a día de muchas personas alrededor del mundo. A continuación, se estarán explicando tres de las tendencias más significativas:

1. Crecimiento del *e-commerce*: como bien se sabe el comercio electrónico o *e-commerce* es una forma de comercio que más que tendencia llegó para quedarse. Esta ha tomado mucha fuerza por la facilidad que brinda para realizar trámites.

2. Omnicanalidad: según la página en línea de Oracle (s.f) “este es un término utilizado en el comercio electrónico y el sector minorista para describir una estrategia empresarial que tiene como objetivo proporcionar una experiencia de compra perfecta en todos los canales, incluidas tiendas físicas, dispositivos móviles e Internet.”

Esta es una de las tendencias más importantes por el hecho de que existen formas de compra aptas para todos los consumidores, lo cual es importante para lograr cautivar a diferentes nichos de mercado. Muchas tiendas buscan tener una omnicanalidad, lo cual es muy positivo.

3. Mercados locales y regionales: la diversificación del mercado es de suma importancia para la economía y para lograr mantener estable a muchos negocios. Por lo que muchas tiendas, comercios y negocios buscan cómo digitalizar sus catálogos y logran incluir sus productos en plataformas como Amazon, Mercado Libre entre muchas otras plataformas que permiten que los productos tengan más visibilidad no sólo a nivel nacional, sino también a nivel internacional.

Industria textil: retos

Esta industria también presenta retos que al igual que con el comercio digital con el pasar de los años se van acrecentando, ya sea por la aparición de nuevas necesidades, gustos, tendencias o incluso crisis.

1. Competencia internacional: la tan mencionada *fast fashion* o moda rápida es un claro ejemplo de cómo la competencia internacional puede significar un reto para la industria textil

colombiana. Las grandes industrias asiáticas acaparan el mercado con sus precios bajos y con colecciones muy llamativas que estas mismas se encargan de reemplazar con más colecciones.

Estas industrias fomentan el consumismo rápido y barato, por lo que muchos empresarios nacionales que tal vez son artesanos o buscan una forma más sostenible de producir textiles, se ven obligados a innovar y buscar nuevas formas de darle valor agregado a sus productos. Esto es un reto que no sólo impacta el área económica y de producción, sino también, muchas personas se ven afectadas laboralmente ya sea por falta de empleo o por empleabilidad en condiciones indignas.

La competencia internacional hace que esta industria colombiana se vea obligada a buscar formas de digitalizarse. Ya que en la actualidad muchos de los productos se pueden conseguir con un solo *click* de distancia por lo que los comercios tienen que buscar formas de poner el comercio digital de su lado.

Según la página en línea de Inexmoda (2025):

A nivel competitivo, el país enfrenta desafíos frente a mercados internacionales de bajo costo como Bangladés o Vietnam. Sin embargo, el enfoque en categorías como Paquete Completo de valor, donde Colombia destaca, se presenta como una oportunidad clave para la industria. Este modelo, que integra diseño, manufactura y logística, permite ofrecer soluciones integrales a compradores internacionales, reduciendo tiempos y costos. Además, este enfoque permite activar toda la cadena de valor nacional, desde los productores de materia prima hasta los comercializadores, fortaleciendo las capacidades locales y promoviendo una industria integrada y competitiva.

2. Informalidad laboral: al igual que los retos del comercio digital, en la industria textil se ve lo que es la informalidad laboral. Según Echavarría (2015):

... La informalidad laboral del Clúster Textil en Colombia está relacionado a tres causas: los costos en mano de obra asociados a ofrecer empleos formales, la dificultad para

el adecuado control en el cumplimiento de la normativa y una generalizada aceptación social de la informalidad laboral en el país. (p.81)

Según el Ministerio de Trabajo, la informalidad alcanza el 70% es decir, en Colombia aproximadamente unas 700.000 personas trabajan en la informalidad en el sector textil.

Esto representa un reto ya que al igual que en el comercio digital, esto impacta la economía de forma negativa si las personas no están cumpliendo con sus obligaciones tributarias y sociales. Esto por el hecho de que se dan empleos en condiciones indignas y por la evasión de impuestos. Por lo que el Estado tiene que generar algún tipo de atractivo para que la sociedad logre identificar una necesidad u oportunidad en la que se vean beneficiados de cumplir con estas obligaciones.

3.Sostenibilidad ambiental: esto representa un reto para muchas áreas. Como se ha mencionado a lo largo de toda la investigación la sostenibilidad es un aspecto que ha tomado mucha fuerza en los últimos años en donde los consumidores intentan buscar alternativas más amigables para el ambiente. Sin embargo, esto representa un reto para la industria textil por el hecho de que las empresas tienen que buscar formas de innovar y ser más responsables sosteniblemente.

También si se liga con los retos del comercio digital la falta de infraestructura tecnológica y presupuesto para innovar en temas de sostenibilidad puede implicar una complicación en el objetivo de ser más responsable sosteniblemente para una empresa.

Industria textil: tendencias

Esta industria está muy cargada de tendencias y nuevas experiencias como lo son las siguientes:

1. Moda sostenible: esto como se mencionó anteriormente va de la mano con la sostenibilidad, incluso a lo largo de esta investigación se han mencionado ejemplos como el de Lafayette que es una tienda que promueve la moda sostenible y los materiales reciclables.

2. Internalización: gracias a la calidad, innovación y diseño de los productos colombianos se han logrado posicionar muchas empresas de origen colombiano en otros países. Esto genera mayor atractivo internacional hacia los productos colombianos y a la vez inversión extranjera y la llegada de divisas al país.

3.Transformación digital: la tecnología es fundamental para que las empresas logren diversificar sus productos y logren adaptarse al cambio. Por lo que la transformación digital se puede considerar como una tendencia ya que se necesita de esta para lograr innovar, muchas empresas utilizan inteligencia artificial, impresoras 3D o máquinas especializadas para lograr desarrollar lo que su imaginación y creatividad quieren materializar.

Objetivo 2: Explicar el liderazgo que ha tenido la República de Colombia con respecto a la economía naranja en América Latina.

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, la República de Colombia ha tratado de incentivar y apoyar la economía naranja y a todos los ciudadanos que la hacen posible. Específicamente hablando del sector textil, se ha mencionado que sus productos son de alta calidad, originalidad y destacan por la innovación en materiales y creatividad.

Este país sudamericano, ha impulsado a muchas familias colombianas a emprender y explotar sus habilidades. Esto no sólo beneficia a las familias con ingresos económicos, sino también a la economía nacional con la activación de esta, llegada de divisas por medio del turismo, ventas en el extranjero y ventas a nivel nacional.

A continuación, se va a estar profundizando más en cómo este país se logró posicionar como un líder en América Latina en términos de economía naranja, ya que muchos países en la región podrían aprender y utilizar a la República de Colombia como ejemplo.

4.2.1 Inversión y apoyo a emprendedores creativos

Según la página en línea de Presidencia (2025):

Con una inversión histórica de \$71.193 millones, el Gobierno del Cambio, a través de Prosperidad Social, fortalecerá más de 5.000 pequeños negocios en los 32 departamentos del país y Bogotá.

Esta iniciativa impulsa a emprendedores, pequeños productores, artesanos y otros actores de la economía popular, comunitaria y solidaria.

Con lo anterior, el gobierno colombiano tiene esta estrategia de ayuda social a modo general en muchos sectores de la economía colombiana. Por lo que se puede ver evidenciado que este país busca como apoyar e incentivar a las poblaciones más vulnerables para mejorar en temas sociales, ambientales y locales.

Sin embargo, en este apartado se va a estar haciendo referencia a los emprendedores creativos específicamente del sector textil en la República de Colombia. La industria textil colombiana, como se mencionó en el desarrollo del primer objetivo de esta investigación, es de suma importancia para la economía de este país, incluso para su cultura.

Por lo que, según Largo (2024):

La Alcaldía Distrital de Medellín anunció que hasta el 10 de junio 2024 está abierta la convocatoria para *Épica: reto de innovación y Encadenamiento Productivos*, programas de aceleración empresarial liderados por la administración e *Inexmoda* que está dirigido a empresas del sector confección, diseño y moda.

De acuerdo con datos oficiales del distrito, la inversión destinada pretende beneficiar a cerca de 75 empresarios, 40 en *Épica* y 35 en encadenamientos productivos, que recibirán formación especializada de cara a transformar el conocimiento en oportunidades, desarrollar sus negocios y enriquecer el potencial exportador de sus marcas, con miras a la internacionalización del talento local.

Por su parte, la secretaria de Desarrollo Económico, María Fernanda Galeano, invitó a todos los empresarios y emprendedores del sector textil, confección, diseño y moda a inscribirse en los programas ofertados que les permitirá acceder a herramientas

para acelerar sus negocios, consolidar sus empresas y sobre todo conectarse con nuevos mercados.

Gracias al apoyo que hay en este país sudamericano, muchas familias tienen la posibilidad de mejorar su calidad de vida. Según la página en línea Siigo (2022) ...el informe dado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que se realiza en el Foro Económico Mundial (FEM), Colombia se posiciona como el mejor país para emprender en América Latina y ocupa el puesto 25 a nivel mundial, mejorando 0,1 puntos en su calificación conforme a los resultados del 2021...

Según esta misma página en línea, existen varias organizaciones que se encargan de brindar ayuda y financiamiento a los y las emprendedoras en Colombia. Cabe destacar que esto es un aporte por parte del gobierno muy positivo para incluso mejorar el cumplimiento con las obligaciones tributarias por parte los emprendimientos ya que para nadie es un secreto que muchos tienen sus negocios desde la informalidad.

Por lo que a continuación se van a listar algunos de las instituciones o entidades que brindan apoyo financiero a los emprendimientos colombianos:

- Foro emprendedor: este es un fondo que tiene la modalidad de capital semilla brindando recursos necesarios y asesoría gratuita para hacer que el emprendedor ponga en marcha su idea de negocio y lo transforme en una empresa sostenible y consolidada. Este programa fue creado por el gobierno nacional y desarrollado bajo la gestión del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Bancoldex: es el banco que se encarga de promover y financiar el desarrollo empresarial y comercio exterior brindando crédito a las empresas.
- Cámara de Comercio: la Cámara de Comercio acompaña a las empresas en sus diferentes ciclos de vida brindando seguridad jurídica, capacitación, talleres, mentorías, visibilidad de proyectos, acceso a diferentes créditos y programas de inversión con el fin de garantizar la reivindicación del empresario.

- Cultura E: este programa nace desde la Alcaldía de Medellín el cual promueve la cultura del emprendimiento y mueve la economía de la ciudad.
- CONNECT Bogotá Región: organización sin ánimo de lucro, que conecta las empresas, las universidades, los emprendedores y el Estado para promover y fortalecer la innovación y el emprendimiento en la región.
- La ANDI del futuro: esta crea una red de emprendedores donde se reúnen empresas sostenibles, diversas e innovadoras las cuales aportan gran valor a la sociedad.
- HubBog: esta es una entidad privada que acompaña a los emprendedores a llevar sus ideas de negocio a la web y transformarlas, brindando asesoría y asistencia a más de 200 empresas capacitándolas con cursos prácticos sobre cómo aumentar sus ventas por Internet.
- Endeavor: es una entidad que funciona como red global la cual apoya y conecta a emprendedores para lograr que su idea de negocio tenga un nivel máximo de impacto.
- INNpulsar: agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que fue creada para acompañar la aceleración y el crecimiento de empresas de alto nivel y potencial.
- Opinnno: funciona como una consultoría global de innovación y tecnología que apoya a emprendedores y empresas a través de la formación y diseño de nuevas metodologías para guiarlos en la creación de comunidades de éxito.

De esta forma se puede también ver evidenciada la importancia que tiene el sector creativo dentro de la economía colombiana y lo valorada que puede ser. Cabe recordar que la creatividad también desborda innovación y cultura que enriquece el atractivo de cualquier país ante los ojos del resto del mundo.

4.2.2 Liderazgo regional en América Latina

Como se mencionó en la introducción de este objetivo, la República de Colombia a nivel regional es considerado como un país líder en lo que es la aplicación de la economía naranja. Muchas naciones no le dan a esta parte de la economía la importancia o relevancia que amerita, sin embargo, es importante entender que la creatividad también es parte esencial para la activación de la economía de un país.

Gracias a la creatividad surge la innovación que le da paso a nuevas formas de buscar soluciones y alternativas originales a crisis o problemáticas que van surgiendo con el pasar de los años, con la llegada de nuevas necesidades, gustos o preferencias del mercado. Ver esta parte de la economía como un aporte valioso puede significar la reducción de pobreza, la generación de empleo, el apoyo a la parte cultural de la población, hacer valer el trabajo de los artesanos y personas con ideas innovadoras por medio de leyes que cubran sus derechos intelectuales.

Por lo que Colombia puede ser un ejemplo valioso a nivel regional para que otros países puedan aplicar estrategias que les den la importancia a las actividades relacionadas con la economía naranja. Según la página de Procolombia (2018):

El desarrollo de la Economía Naranja como uno de los principales pilares para la competitividad, desarrollo y generación de empleos en Colombia, fue uno de los objetivos y promesas de campaña de Iván Duque, para lo cual en misión de los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo se vienen implementando estrategias para el impulso al sector.

Asimismo, según Casas (2022) “... la organización de las Naciones Unidas reconoció los avances de Colombia en esta materia, siendo uno de los diez países de América Latina que cuenta con una política pública o con instituciones que se encargan de liderar estas mismas.”

Para nadie es un secreto que este tipo de economía puede ser subestimada en muchas partes del mundo. Sin embargo, si los gobiernos al igual que Colombia apoyan a este sector de la economía se pueden crear grandes oportunidades para las personas, como capacitaciones, créditos, ferias, inversiones, reconocimientos nacionales e internacionales.

Siguiendo en esta línea, la República de Colombia ha logrado posicionarse a nivel regional como líder gracias a la aplicación de leyes innovadoras, inversión en talento creativo y desarrollo de plataformas culturales que promueven las industrias creativas y culturales. Más adelante se va a estar profundizando en el tema de las leyes y políticas públicas, sin embargo,

cabe mencionar que, gracias a lo anterior, la República de Colombia ha logrado participar en eventos internacionales en donde ha sido reconocido por su potencial y valor cultural en temas de arte, diseño, cine, moda entre muchas otras expresiones creativas.

También parte fundamental de la “fama” a nivel regional y global es el trabajo que ha realizado la República de Colombia en la construcción de su identidad cultural ya que esta ha servido como motor para impulsar el desarrollo. Gracias a esto no solo ha mejorado la competitividad nacional sino también se ha logrado expandir al mercado internacional como se ha mencionado reiteradas veces.

Gracias al empoderamiento que les ha brindado el gobierno colombiano a sus ciudadanos existen comunidades que han utilizado la creatividad como medio para ganarse la vida. Esto le da una visibilidad especial a este país ya que otros países latinoamericanos pueden utilizar este ejemplo para integrar la Economía Naranja o economía creativa a sus modelos de desarrollo.

4.2.3 Impacto en la economía y la sociedad

Ahora bien, gracias a toda esta visibilidad y a los aportes que ha realizado el gobierno colombiano a sus ciudadanos en temas de Economía Naranja; la economía y la sociedad también pueden ver los frutos que da este apoyo. En términos generales, según Casas (2022):

... las ventas externas mundiales de los bienes creativos pasaron de US\$419 millones en 2010 a US\$524 millones en 2020, mientras en servicios aumentaron desde los US\$487 millones a casi US\$1,1 billones durante el mismo periodo.

Desde 2011 las economías en desarrollo han exportado más bienes creativos que los países desarrollados. Entre el período 2002-2020 los Estados en desarrollo sumaron US\$296 millones por US\$229 millones de su contraparte.

Como se mencionó en la parte histórica de esta investigación, la República de Colombia ha atravesado una serie de cambios en su economía. Gracias a la liberalización de la economía, se pudo diversificar el mercado, permitiendo que actividades que forman parte de la economía

creativa tengan un lugar y papel importante para el PIB del país. De actividades que se han impulsado como la música, el diseño, moda entre otros han logrado destacar muchas personas que dan a reconocer al país a nivel internacional por su talento, creatividad e innovación.

Por otro lado, en la sociedad, el apoyo que muestra el gobierno al colaborar con ayudas sociales, inversiones y créditos puede resultar favorable para el crecimiento del país. Si bien las opiniones en este país pueden ser variadas, es necesario mencionar que este país destaca por su talento y creatividad.

Continuando con esto, en la República de Colombia existen opiniones positivas como negativas relacionadas a la Economía Naranja. Por un lado, se ve el apoyo a esta economía como positivo porque se pueden crear oportunidades de crecimiento, diversificación de la economía, inversiones entre muchos otros aspectos positivos que se han mencionado a lo largo de esta investigación.

Sin embargo, existe el lado negativo de las opiniones públicas en donde muchos ciudadanos no están muy de acuerdo con el apoyo a este sector de la economía. Según la revista P&M publicado por Arenales (2022) "...Patricia Ariza, la nueva ministra de Cultura para el Gobierno de Gustavo Petro, tiene una percepción diferente en referencia a la cultura y a las artes, pues humaniza la creatividad y en su opinión la cultura no es una mercancía."

A esto se le suma un escrito de la página en línea La Silla Vacía publicado por Botero (2019), en donde se expresa la preocupación que hay por la forma en la que el expresidente Duque promocionaba la aplicación de esta economía. Menciona que se está desarrollando como un método "mercantilista que se siente como imposición" y que existe mucha confusión y desinformación alrededor del concepto de Economía Naranja.

Dentro de este escrito también se menciona el debate que hay alrededor de la protección de la propiedad intelectual, en donde por un lado si es positivo para proteger a los autores intelectuales de las obras creativas o de innovación, pero el otro lado de la moneda es la parte de interés público. En esta parte se menciona que "la cultura y creatividad que puede ser usada

y circular legalmente porque es la base de la libertad de expresión, del acceso al conocimiento, la salud, ciencia, la educación, es necesaria para la creación.”

Por lo que con esto se quiere decir, que, si existen tantas regulaciones a la propiedad intelectual, esto se traduce a que se tiene que comenzar a monetizar cada creación. Por ejemplo, se va a tener que pagar membresías o costos adicionales por bienes o servicios de lo que antes no se pagaba tanto o no se pagaba del todo.

También en el primer objetivo se mencionó que la infraestructura tecnológica es uno de los retos del comercio digital, sin embargo, para el desarrollo de la Economía Naranja también puede significar un aspecto negativo porque existe la preocupación de que algunas zonas del país quedan excluidas de las oportunidades por falta de recursos tecnológicos o acceso a ellos.

No obstante, pese a ambas corrientes de comentarios, opiniones y críticas el apoyo que se le ha brindado a esta economía, específicamente al sector textil ha resultado bastante positivo más por la fama que tiene este país internacionalmente.

Relacionado al liderazgo que ha tenido la República de Colombia en la región, se realiza una feria llamada Expoartesánías que según el octavo informe de la DANE sobre Economía Cultural y Creativa (2022) esta feria es considerada la feria artesanal más grande de América Latina. Se desarrolla en el mes de diciembre en asocio entre Artesanías de Colombia S.A y Corferias. Entre 2016 y 2021, ha alcanzado ventas por \$78.784 miles de millones de pesos, logrando el más alto desempeño en 2019. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2022, p.25)

Objetivo 3: Mostrar las estrategias que ha implementado la República de Colombia en la aplicación de la Economía Naranja.

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación la República de Colombia ha buscado cómo ser líder en temas de Economía Naranja y para lograr este objetivo es necesario aplicar una serie de estrategias. Algunas de las estrategias que se han implementado consisten en la transformación del comercio, aplicación de leyes e inclusión y oportunidades para comunidades diversas, puntos que se van a estar desarrollando y detallando a continuación.

Esto es de suma importancia no sólo para poder comprender cómo se desempeña el comercio, la industria y la economía en la República de Colombia, sino también para evidenciar como otros países pese a los altibajos o las contrariedades de pensamiento en torno a la Economía Naranja pueden aplicarla en sus gobiernos.

4.3.1 Transformación del comercio a través de la creatividad

Para comenzar, es importante identificar cómo se ha transformado el comercio colombiano a través de la creatividad. La globalización toma un papel protagónico en lo que es esta transformación. Al comercio colombiano liberalizarse y abrirse al mercado internacional, las necesidades, la oferta y la demanda han cambiado.

Según la página en línea de LatinPyme:

En los últimos años, las industrias creativas han ganado una relevancia sin precedentes en América Latina, y Colombia no es la excepción. Este sector ha dinamizado la economía nacional, fomentando la innovación, la inclusión y la revitalización urbana.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), más de 10 millones de personas trabajan en sectores creativos en la región. En Colombia, el 3% del PIB está directamente relacionado con la economía creativa, consolidándose como un pilar fundamental del desarrollo económico.

Continuando con el impacto de la globalización, el comercio alrededor del mundo ha sufrido cambios. Esto por causa de las constantes exigencias de los consumidores y de la aceleración tan exponencial que se ha generado gracias al fácil acceso a la información y a las plataformas digitales (que son uno de los puntos importantes de la transformación del comercio).

Según la página en línea del Portafolio:

A través de agentes como la Corporación Colombia Crea Talento – CoCrea, el país está construyendo un ecosistema que promueve la innovación social y apoya el talento local, integrando la cultura y la creatividad como pilares esenciales para el desarrollo económico. Gracias a sus asociados: Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, COMFAMA; la Cámara de Comercio de Bogotá; la Universidad del Valle, y la Universidad Jorge Tadeo Lozano, CoCrea es un gran ejemplo de colaboración público – privada que busca darle sostenibilidad al sector cultura y creativo de Colombia.

Cabe recordar que un punto importante en esta investigación es también la innovación y como ha sido clave para el impacto del comercio digital en la industria textil. Como se ha mencionado en reiteradas ocasiones, la innovación nace gracias a la creatividad, por lo que muchas empresas y emprendimientos también han tomado iniciativa en temas de sostenibilidad, uso de redes sociales y plataformas digitales.

Según la página en línea de American Malls and Retail (2025) existe un evento llamado Createx especializado en textiles y en esta página se menciona que

Uno de los puntos más llamativos de Createx 2025 será su enfoque en la innovación tecnológica y la sostenibilidad. Se instalará en una zona exclusiva de tendencias, donde se presentarán desarrollos textiles sostenibles, tecnologías con nanotecnología, telas inteligentes y nuevas propuestas de colorimetría y texturas.

Por lo que con esto también se ve evidenciado que parte de la transformación del comercio a través de la creatividad parte desde la forma en la que se están presentando los

productos. Como se mencionó en la cita anterior hay empresas y emprendimientos que se aventuran a experimentar y crear nuevas formas de producir textiles e insumos utilizando la innovación tecnológica.

Entonces no solo es la forma o el medio por el cual se venden sino también es la forma en la que se están produciendo los productos a partir de la creatividad. Como bien se sabe la Economía Naranja está conformada por actividades de este tipo que generan gran valor a las economías, países, cultura y reconocimiento internacional y en las cuales muchas personas buscan crear una expansión ya sea de alianzas, tecnologías, proveedores, compradores entre muchos otros elementos que le den un valor agregado.

Por lo que espacios como este tipo de eventos o el apoyo de instituciones públicas y privadas son de gran valor. Gracias a su aporte el comercio también puede fortalecerse y buscar y financiar formas creativas e innovadoras de mantenerse o seguir creciendo y diversificándose.

Entonces se puede ver que existe una transformación del comercio a través de la creatividad en la República de Colombia por el hecho inicial de tomar la Economía Naranja y apropiarse de ella creando leyes y decretos que la regulen pero que la incentivan a la vez. Que les da el apoyo a muchos emprendedores para perseguir sus sueños y tener la certeza de que sus proyectos van a ser tomados en cuenta.

La creatividad forma parte del día a día de los seres humanos, es parte del instinto, ya que se utiliza incluso para sobrevivir y preservar la raza. Por lo que esta transformación del comercio a través de la creatividad también tiene la característica de incluir la innovación en muchos aspectos. Comenzando por la digitalización y plataformas creativas, para nadie es un secreto que en la realidad del siglo XXI los seres humanos cada vez más buscan la forma de automatizar procesos, por lo cual parte de la facilidad de realizar negocios y ventas es por medio de esta digitalización.

Anteriormente se extendió bastante esta parte del tema, pero es importante comprender que incluso para la industria textil, la digitalización y la creación de plataformas ha sido de suma importancia, tanto para experimentar con métodos nuevos para crear textiles e insumos como para la promoción, distribución y comercialización de productos.

Por otro lado, la cultura colombiana ha logrado ser un importante transformador del comercio a través de la creatividad. Por razones como la moda étnica y sostenible que tanto ha resonado a nivel internacional marcando la diferencia y dando un valor agregado al comercio colombiano, también este punto es importante para el turismo cultural, entonces esto es un factor clave que ha colaborado en la transformación del comercio de muchos países latinoamericanos.

Esto no solo beneficia el comercio, sino también la inclusión social, cultural y colabora en la dinamización del desarrollo regional. Con esto último, la dinamización del desarrollo regional en temas de innovación y creatividad que le ayudan al país a darse a conocer por su potencial creativo y búsqueda de nuevos métodos tecnológicos para mejorar su industria.

4.3.2 Aplicación de leyes

Ahora bien, con respecto a la parte de aplicación de leyes, en el capítulo dos de esta investigación se menciona que la República de Colombia ha incursionado en la creación de leyes y regulaciones que protegen la Economía Naranja. Con esto entiéndase que protegen la industria intelectual, creativa e innovadora de su país, y con esto también se busca como disminuir las actividades económicas creativas informales y darles a artesanos, artistas entre otras personas el apoyo para que su trabajo sea tomado con el respeto que se merece.

Como se citó en el capítulo dos de esta investigación, la República de Colombia tiene la ley 1834, mejor conocida como Ley Naranja El Congreso de Colombia. Esta ley a modo general busca incentivar las actividades económicas creativas en el país, por medio de educación, financiamiento y publicidad.

Volviendo a citar el artículo 1° de la Ley Naranja (Ley 1834 de 2017) “...desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.”

Teniendo el objetivo de esta ley presente, podemos ver como el país se ha tomado la seriedad de crear esta ley que respalda estas actividades que resultan de gran valor para la cultura y economía del país. Según el artículo 3° “Importancia. El Gobierno nacional tomará las medidas necesarias para que las industrias creativas nacionales sean exaltadas, promocionadas, incentivadas, protegidas y reconocidas.”

También ya que se crearon ciertas regulaciones y protecciones para las actividades creativas, es importante mencionar que se modificaron algunos artículos del Decreto 1625 de 2016 que hacían referencia a la renta que tienen que cumplir las actividades de este tipo. Según la página del Instituto de Contadores Públicos de Colombia (2021) se menciona que antes de la modificación las rentas para todas las actividades tecnológicas y creativas iban a estar exentas por un término de 7 años.

Luego de la modificación, estas actividades van a estar exentas únicamente por 5 años siempre y cuando cumplan con ciertos requisitos. Si bien la Ley Naranja expone mucho apoyo a estas actividades es importante recordar que la aplicación de impuestos es muy importante para lograr regular todas estas actividades, además de que resulta ser beneficioso para el gobierno.

Volviendo a la Ley Naranja, para que esta pueda ser realmente útil y pueda ser inclusiva se requiere que la población también tenga educación accesible por lo que según el Artículo 10° (Ley 1834 de 2017):

Educación para la economía creativa. En desarrollo de la jornada única y en el marco de la autonomía escolar, el Ministerio de Educación Nacional, en coordinación con el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) y el Ministerio de Cultura, promoverán en los establecimientos educativos la formación para el progreso cultural y creativo, a la luz de las disposiciones consagradas en la Ley 115 de 1994.

El Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) y la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), realizarán jornadas periódicas de capacitación en materia de Economía Creativa, sin perjuicio que dichas jornadas puedan ser adelantadas también por otras entidades administrativas a las que el Consejo Nacional de la Economía Naranja les asigne esta función.

Parágrafo. El Gobierno nacional buscará incluir como parte integral de la política en educación, componentes en el ámbito de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones como herramienta para el desarrollo de innovaciones y aplicaciones.

Con lo anterior, se puede ver lo importante que es la aplicación de leyes como estrategia que ha utilizado la República de Colombia en la implementación de la Economía Naranja. Tanto así que instituciones del gobierno como SENA se involucran para dar apoyo en la parte de las capacitaciones y con esto de a poco ir llegando a todos aquellos artesanos y emprendedores colombianos que tengan la iniciativa de aportar al país su talento, creatividad e innovación.

Gracias a las estrategias que la Ley Naranja utiliza para aplicar, incentivar y proteger a los emprendedores se ha logrado crear un acercamiento a muchas familias y comunidades que requerían apoyo para iniciar sus proyectos. Sin embargo, la informalidad empresarial sigue imperante en el país ya que como en muchos países latinoamericanos la burocracia es muy rígida, el pago de obligaciones tributarias puede representar un verdadero reto para muchas personas por temas de costos o desinformación.

Por lo tanto, pese los esfuerzos que se han hecho la informalidad es una problemática e incluso todo un debate que sigue teniendo mucha fuerza en este país. Según un informe de la (DANE, 2022, p.20) :

Del total de 32.663 personas que se dedican a la actividad artesanal, la mayor parte con un 82,4% trabajan como independientes, 6,0% se presenta en los que pertenecen a talleres u organizaciones comunitarias, y el 53% desempeñan la labor conjuntamente con otros integrantes de su familia. El 2,9% se reconoce como empleado (a) informal, el 13% se identifica como microempresario(a) y 1,2% como empleado(a) formal, con contrato y prestaciones.

Continuando con la parte de los retos que tiene la aplicación de leyes, aparte de la informalidad y la lucha constante con esta parte en el ámbito legal y tributario, otro reto es que

muchas personas no tienen el conocimiento de los beneficios legales, no cumplen con requisitos técnicos o financieros para lograr acceder a el resguardo de esta ley.

También, como en muchas otras leyes y países, la mayor parte de la población que se ve beneficiada de que existan este tipo de leyes son las empresas medianas que tal vez ya tengan más trayectoria o hayan incursionado con más capital en el mundo del comercio textil y que además tengan más acceso a oportunidades económicas, educativas y de recursos.

Como se mencionó anteriormente el tema burocrático en muchos casos puede ser un impedimento, sin embargo, otro más son las mismas leyes o Tratados de Libre Comercio que le abren paso a grandes transnacionales que afectan a los productores locales que tal vez sean más pequeños.

A lo largo de este trabajo se ha evidenciado cómo el comercio digital ha impactado la industria textil, y este tema de las grandes empresas de moda rápida son una de las principales problemáticas que enfrentan los y las productoras locales en la actualidad y la constante competencia. Por esto es importante que el país también respalda a sus ciudadanos con leyes que protejan y apoyen el comercio local creativo.

4.3.3 Inclusión y oportunidades para comunidades diversas

Si bien se han mencionado todos los puntos positivos de la Economía Naranja, también cabe mencionar algunos retos a los que se tiene que enfrentar en la actualidad en materia de inclusión y oportunidades para comunidades diversas. Al ser esta promovida como un modelo económico innovador y dinámico también presenta retos de adaptación.

Se sabe perfectamente que América Latina aún tiene múltiples retos a nivel económico y social que ha costado erradicar y que posiblemente sigan acompañando a esta región por mucho tiempo más. La falta de oportunidades y de igualdad son de las más grandes, así como la corrupción.

Por lo que muchas personas que pertenecen a comunidades más vulnerables hacen parte de estos retos que la Economía Naranja tiene que buscar cómo minimizar. En el primer objetivo se menciona que la falta de infraestructura tecnológica es uno de los retos, más si bien en una de las entrevistas realizadas, una emprendedora mencionó que al menos en Costa Rica entre la comunidad de costureras del país existe la problemática de las tiendas outlets, la cantidad de

productos y mercancías provenientes de China que son de muy bajo costo afectan las ventas locales y los malos pagos en trabajos como maquilas.

Como región en la República de Colombia, también puede existir la problemática de que la moda rápida, los comercios chinos o estadounidenses que venden sus productos a precios más bajos les quiten la clientela a productores locales que en muchos de los casos se dedican a comerciar con el valor agregado de la calidad de los productos.

Además de otra problemática puede ser el difícil acceso de esta información a comunidades indígenas, campesinas o que estén más alejadas de la conectividad. Esto dificulta también la inclusión del comercio digital, sin embargo, muchas de estas comunidades son indispensables para la preservación de técnicas textiles ancestrales que le dan mucho valor cultural al comercio textil colombiano.

Según datos del octavo informe de Economía Cultural y Creativa (DANE, 2022, p.16):

El 63,2% de las personas que se dedican a los oficios artesanales y hacen parte de la muestra caracterizada (33.503) no se reconoce como perteneciente a ningún grupo étnico; el 31,4% se reconoce como indígena; el 5,4% se reconoce como negra, afrocolombiana, raizal o palenquera-NARP y el 0,1% como gitana o ROM. Los departamentos en donde hay mayor porcentaje de personas que se dedican a la actividad artesanal y se reconocen como indígenas son: Guainía (100%), Vaupés (100%) Vichada (100%), Amazonas (98,1%), Guaviare (96,7%), La Guajira (96.3%), Chocó (76,6%) y Cesar (63,5%).

Volviendo a los aspectos positivos, es que como se citó anteriormente el MinTIC también hace esfuerzos por llevar conectividad a zonas alejadas para que todas las personas eventualmente puedan contar con acceso a internet y a la digitalización. La parte de la inclusión y oportunidades para comunidades diversas puede llegar a ser una estrategia muy retadora en lo que es la aplicación de la Economía Naranja, sin embargo, no es imposible.

Un ejemplo de inclusión de comunidades en el comercio digital y textil es una tienda en línea colombiana llamada *Agua by Agua Bendita*, esta tienda según su descripción está muy comprometida en mostrar las raíces colombianas por medio de diseños muy originales y el detalle que se puede considerar de los más importantes que le da un sentido y valor especial a la marca es que muchos de sus diseños llevan bordados a mano hechos por artesanas colombianas.

Así como esta tienda virtual, existen muchas en el país colombiano que tratan de involucrar procesos textiles culturales y tradicionales en sus emprendimientos y a la vez muchas personas que se encargan de preservar estas tradiciones también han tenido que buscar como digitalizarse. Esto por razones de turismo, comercio y alcance de nuevos nichos de mercado.

Parte del propósito de muchos turistas al venir a América Latina es poder disfrutar de la cultura y tradiciones. Cosa que en la actualidad por medio de la globalización y liberalización de mercados se ha mostrado mucho a nivel internacional, ya que los países latinos tienen mucha riqueza cultural, ya sea culinaria, religiosa, musical y también textil.

La creación de oportunidades también tiene un elemento bastante importante que es el apoyo que ha dado el gobierno para que las personas que deseen aportar su grano de arena a la Economía Naranja sean capacitadas. Existen muchas personas que por temas económicos han tenido que unirse al sector creativo de la economía por lo que es importante que existan opciones como las expuestas anteriormente que les de esa inclusión a créditos, capacitaciones o ferias en donde se impulse el empleo y la creatividad del país.

Objetivo 4: Describir el impacto cultural y creativo que ha tenido la Economía Naranja en el comercio e industria colombiana.

El último punto del objetivo tres está muy relacionado con este último objetivo de la investigación en donde se busca describir el impacto cultural y creativo que ha tenido la Economía Naranja en el comercio e industria colombiana. Reiteradas veces se mencionó que la República de Colombia tiene un muy buen reconocimiento a nivel internacional en temas de moda, industria textil, creatividad e innovación.

Por lo que en este apartado se busca evidenciar que la Economía Naranja es muy valiosa por el hecho de que siempre ha estado presente en la cotidianidad de los seres humanos y el cómo los colombianos al saber esto han logrado utilizarlo como una ventaja a su favor. La cultura y la creatividad son temas que le dan mucho valor agregado a las actividades o la forma en la que perciben internacionalmente al país.

Por lo que a continuación, se van a estar desarrollando tres puntos importantes que son clave para lograr describir este impacto cultural y creativo que ha tenido la Economía Naranja en la industria y comercio colombiano.

4.4.1 Revalorización de la identidad cultural colombiana en el comercio

Para lograr entender cómo la Economía Naranja ha revalorizado la identidad cultural colombiana en el comercio, es necesario comenzar por describir que es la identidad cultural colombiana. Según la página de Procolombia (2024):

Nuestro país se caracteriza por ser un país pluriétnico y multicultural. Aquí se mezclan y enriquecen las distintas culturas. Por un lado, tenemos las cosmovisiones de los pueblos indígenas, las comunidades afrocolombianas, palenqueras y raizales, el pueblo Rrom y los campesinos. Por otro lado, está el mestizaje y las diferencias culturales que se viven en las regiones, ciudades y pueblos. Todos ellos enriquecen la diversidad en Colombia.

Como se puede ver el país colombiano es pluriétnico y multicultural lo que le permite ser un país rico en cultura, tradiciones y creatividad. La República de Colombia es conocida por sus colores, música y alegría, aspecto clave en lo que es la revalorización del comercio y como lo perciben a nivel internacional.

Mucho de la identidad colombiana se expresa por medio de colores, tejidos, símbolos, música, gastronomía, lenguas entre muchos otros aspectos que logran generar ese sentimiento

tan cálido de ser colombiano entre sus ciudadanos. Este sentimiento de pertenencia a una cultura o nación es muy importante porque logra crear unidad entre los ciudadanos.

Se ha visto por medio de artistas, diseñadores, cantantes entre muchos otros que los colombianos son una nación de personas creativas. Según Vergara (2021):

La creatividad es un elemento esencial no sólo de la vida espiritual, sino también de la vida material y económica de las sociedades e individuos. Es reconocida como un recurso renovable e ilimitado porque podemos encontrarlo en cualquier lugar, permitiéndonos plantear nuevas oportunidades para crear el mundo que queremos, uno más equitativo e inclusivo para no dejar a nadie atrás y no dejar a nadie afuera, como se menciona en la Agenda 2030.

La creatividad estimula la innovación y tiene un impacto en los procesos de cambio transformativo, como un insumo primordial para dinamizar a la economía, las industrias y otros sectores sociales. Por eso, en la 74^o sesión de la Asamblea General de Naciones Unidas se declaró el 2021 como el “Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible” (AGNU, 2019).

Gracias a esta riqueza cultural que posee la República de Colombia, los colombianos han logrado aprovechar para diversificar sus actividades y atraer inversión extranjera. Un aspecto importante en la revalorización de la identidad cultural colombiana es el uso de plataformas tecnológicas que permiten dar a conocer esta cultura con tanto valor y creatividad.

De hecho, al menos en los últimos años se ha podido visualizar un aumento significativo del turismo costarricense en la República de Colombia, muchos atraídos por los colores, historia, música, gastronomía entre muchas otras actividades culturales. Incluso el turismo comercial es de suma importancia ya que la República de Colombia es famosa por sus industrias textiles y calidad, lo que lo hace atractivo a inversionistas extranjeros.

A lo largo de la investigación se han mencionado ejemplos de varios emprendimientos y tiendas que logran destacar por las tecnologías que utilizan, la inclusión de artesanos y técnicas tradicionales, así como la innovación en técnicas sostenibles como darles una segunda

vida a prendas o experimentar con fibras recicladas o naturales, gracias a esto muchos emprendimientos también han logrado aportar su grano de arena en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

También gracias a la Economía Naranja, se han creado ferias y eventos en donde se logra dar visibilidad a muchos de estos emprendimientos y empresas creativas. Además, este tipo de eventos aparte de beneficiar a los emprendimientos y empresas, también benefician a comunidades que encuentran la Economía Naranja como una forma de inclusión, expresión y empoderamiento. Oportunidades que ayudan a mostrar al mundo que sí hay alternativas y si hay formas de generar empleo por medio de la creatividad y la innovación.

Muchas de las iniciativas que se presentan en estas ferias o eventos son de emprendimientos o empresas que también buscan cómo combinar la cultura colombiana en procesos productivos y el uso de herramientas digitales con la inclusión de artesanos y rescate de técnicas tradicionales son los protagonistas de muchos de los emprendimientos en donde esto les brinda un valor agregado y mayor atractivo a sus productos.

Gracias a este tipo de emprendimientos no solo se promueve la innovación, sino también la preservación y revalorización del patrimonio cultural y a su vez manteniendo un diferenciador en el mercado. Esto ha permitido que muchos diseñadores o empresas se hayan inspirado en las propuestas colombianas y también ayuda a que no se pierdan las expresiones tradicionales, sino que permanezcan vivas en el contexto actual, logrando conectar con generaciones y culturas a través del diseño y el consumo responsable.

Si bien en la actualidad existen demasiadas empresas que se dedican a la producción masiva de productos textiles, la reconexión con lo tradicional o lo propio modifica también las dinámicas del comercio. Ya que esto les da originalidad a los productos, da el valor agregado de tener productos hechos a mano, procesos más limpios, más artesanales y sostenibles, en donde muchas veces se puede tener la certeza de que se está consumiendo un producto que no viene de la explotación ambiental y laboral.

Además, se puede ver esta revalorización de la identidad cultural en emprendimientos que activamente buscan artesanos (como el ejemplo de *Agua by Agua Bendita*) que aporten de sus conocimientos en técnicas tradicionales. Gracias a esto también muchos extranjeros que buscan conocer más de diferentes culturas se ven atraídos por la exclusividad que estas técnicas le brindan a las diferentes prendas o insumos.

Sin embargo, parte de los desafíos que enfrenta la revalorización de la identidad cultural colombiana es la apropiación cultural sin que se tenga una retribución a las comunidades originarias de dónde vienen estos conocimientos o que perjudican directamente sus comunidades como en Costa Rica, por ejemplo, en donde llegan muchos extranjeros a disfrutar de la riqueza cultural y ambiental y terminan apropiándose de algunas zonas.

Otro desafío que enfrenta en sí la Economía Naranja y se ha mencionado varias veces es la adaptabilidad a las dinámicas del comercio digital. Esto ya sea por falta de acceso a medios tecnológicos o de conectividad o por el simple hecho de que tal vez existan comunidades que quieran mantener su estilo de vida y tradiciones lo más orgánicas posibles, sin tener que exponerlas al mundo digital.

Por lo que si se observa desde cierto punto se puede ver que la creatividad, en este contexto de revalorización de la identidad cultural, puede ser una forma en donde se mezcla lo ancestral con lo moderno. Ya que, gracias a la creatividad, digitalización y prácticas que fomentan el apoyo a la Economía Naranja se pueden revitalizar algunas expresiones artísticas que tal vez en algún momento fueron olvidadas en el tiempo o no se les daba la importancia que merecían.

4.4.2 Fortalecimiento del emprendimiento cultural

De la mano con el punto anterior, el fortalecimiento del emprendimiento cultural es parte también fundamental para la revalorización de la identidad cultural colombiana en el comercio. Como bien se sabe, la pandemia por COVID-19 marcó un antes y un después en muchos aspectos de la historia mundial y en América Latina por el cese de funciones de muchas empresas por motivos sanitarios, muchas personas tuvieron que comenzar a utilizar su creatividad.

De hecho, según Rico (2022)

Las industrias culturales y creativas han representado aproximadamente durante los últimos cuatro años el 3% del PIB que logran generar, de acuerdo con las cifras de la cuenta satélite de cultura y Economía Naranja del Dane, 522.000 empleos.

De esta forma, hemos recuperado en el presente año un número de empleos igual al que tenía el sector cultura antes de la pandemia. Otra cifra que nos llena de mucha satisfacción es el recaudo de ley de espectáculos públicos. En el 2022 hemos tenido un recaudo superior al que teníamos en 2019, que ha sido el mejor año histórico desde que existe la ley; en todo el 2019 se recaudó \$30.000 millones y con corte a abril del 2022 ya habíamos recaudado \$15.800 millones.

Los emprendimientos familiares fueron la forma en la que muchas personas y familias lograron hacerle frente a las crisis económicas consecuencia de la pandemia. La Economía Naranja llegó a fortalecer esta parte para que muchos emprendedores tuvieran oportunidades de adquirir prestamos o créditos de forma más sencilla o de iniciar sus emprendimientos con ayuda de capacitaciones e incentivos.

En este punto, señalado un poco el lado de la Economía Naranja en la República de Costa Rica, los entrevistados coincidieron que hay muchas falencias aún en información, en gustos por parte de los costarricenses y acompañamiento por parte del gobierno. Este es un país que podría seguir perfectamente el ejemplo colombiano.

Se realizó la pregunta de cómo ve el futuro de la Economía Naranja en América Latina a los entrevistados y el señor Sergio Sánchez respondió que “es el futuro sin duda, a largo plazo, pero es el futuro, ya que muchos de los aportes que va a poder realizar el ser humano van a ser desde la parte creativa.” Por el hecho de que muchos medios digitales como inteligencias artificiales van a comenzar a reemplazar el trabajo humano en muchas áreas, por eso es importante comenzar a darle la importancia que se merece la economía creativa.

Continuando con el ejemplo de Costa Rica, no es que la industria creativa en este país esté abandonada porque en las entrevistas un experto mencionó que existen sellos que validan el aporte cultural de productos de artesanos y que esto ayuda a los emprendedores en temas de exportaciones, pero si es una parte de la economía que podría llegar a explotarse aún más.

De hecho, Benavides (2023) menciona en un artículo de la revista UNA Comunica que “La Cuenta Satélite de Cultura presentada por el Banco Central muestra en este sentido que para el caso de Costa Rica las actividades creativas generaron ¢772.630 millones de colones

en valor agregado en 2019 (2,1% del PIB) Estos subsectores dieron empleo a 45299 personas (2,1% del total de las personas ocupadas en el país).”

Por otro lado, si bien hay algunos esfuerzos por el Ministerio de Cultura de Costa Rica, según la opinión popular hay muy poco apoyo por parte del aparato estatal a la hora de crear un emprendimiento. Por lo que la Economía Naranja es un modelo que se podría impulsar más en Costa Rica.

La apropiación cultural y el concepto de gentrificación ha resonado mucho en los últimos años en el país centroamericano, en donde se ve muy claro como en zonas costeras muchos extranjeros se apropian de territorio y van sacando de a poco la identidad costarricense del propio territorio nacional. Por lo que es de suma importancia crear conciencia entre los ciudadanos costarricenses sobre la importancia que tiene la cultura y la creatividad para la economía y la preservación de la identidad.

La República de Colombia al apoyar tanto la industria creativa puede ser utilizada como ejemplo para otros países latinoamericanos, cabe recordar que en el presente se está viviendo una era digital en donde los métodos y medios tecnológicos son clave para el desarrollo de muchos negocios. Específicamente la industria textil en la República de Costa Rica tiene muchos emprendimientos que están desde la informalidad, la falta de apoyo por parte del gobierno, la burocracia rígida y la falta de apoyo financiero juegan un papel muy importante en la informalidad laboral en Costa Rica.

Otra de las preguntas que se realizaron fue cómo ha contribuido la industria textil a la generación de empleo, y una de las emprendedoras llamada Marie Calvo mencionó que al menos en Costa Rica la industria textil ha contribuido mucho en la generación de empleo, ella mencionaba que desde la experiencia de ella el trabajo en fábricas ha contribuido en empleo especialmente para mujeres ya que estas fábricas siempre buscan personal que trabaje maquila, talleres satélites, se le da empleo a cortadores (personas que se encargan de cortar tela), fotógrafos, mecánicos entre muchas otras personas que son vitales para que el negocio funcione.

El fortalecimiento del emprendimiento cultural también presenta muchos retos como se ha mencionado a lo largo de la investigación. Se mencionó que al menos en la República de Colombia hay mucho debate en si la Economía Naranja es una forma aceptable de lucrar por el hecho de que la cultura no es algo que sea correcto comercializar.

Sin embargo, al menos en la República de Costa Rica los entrevistados mencionaron que uno de los grandes retos es la falta de apoyo por parte del gobierno en estos temas. La falta de oportunidades de financiamiento, de información con respecto a que se debe de hacer para lograr formalizar un negocio, los costos para formalizar, el tiempo, la burocracia tan rigurosa que para muchas personas se hace imposible comenzar a emprender formalmente o es más rentable dejarlo en la informalidad.

Por lo que el ejemplo de la República de Colombia en cómo se ha logrado posicionarse como líder regional en la aplicación de la Economía Naranja podría resultar valioso para que otros gobiernos como el de Costa Rica puedan aplicar y apoyar a sus emprendedores. Como se ha evidenciado a lo largo de esta investigación, esto contribuye positivamente a la economía nacional y al enriquecimiento de la identidad cultural.

4.4.3 Dinamización del comercio digital y redes sociales

Parte de los tantos cambios que trajo la globalización han sido las redes sociales y el uso de plataformas digitales. La dinamización del comercio es algo inevitable conforme se va aumentando la tecnología y automatizando los procesos, por eso es importante entender y adaptarse a ciertos cambios que trae esta y futuras generaciones.

Gracias a la Economía Naranja, esta dinamización ha sido posible; la creatividad e innovación son aspectos fundamentales para que el comercio digital sea posible, así como el uso de redes sociales. Como cada uno puede ver, una gran parte de la población mundial posee al menos un celular, y las aplicaciones que se le instalan a los celulares pasan en constante actualización.

Estas actualizaciones son producto de la creatividad e innovación de los seres humanos, por lo que la Economía Naranja es el futuro de la economía, de los modelos de negocio, de la forma en la que se va a percibir la vida. Gracias a esto muchos grandes y pequeños negocios son posibles alrededor del mundo.

Incluso, si lo vemos a nivel de relaciones internacionales, el uso de las plataformas digitales es de vital importancia, a nivel comercial también es importante por la forma en la que se logran crear alianzas estratégicas a la hora de hacer negocios. Esto permite una comunicación entre las personas más allá de fronteras que agiliza los procesos de negociación.

El comercio digital sin duda es un modelo que llegó para quedarse ya que es una forma de comerciar y hacer negocios que muchas familias y empresas utilizan como medio para subsistir. De hecho, como parte de toda esta ola de cambios generacionales que se ha estado expresando más que todo en el presente siglo, lo primero que las personas hacen para consultar sobre algún negocio, información, transacciones o casi que cualquier cosa es recurrir a los teléfonos celulares y buscar en redes sociales, plataformas, sitios web entre otros.

Por lo que la Economía Naranja, como parte de la innovación y métodos para sobrevivir y simplificar tareas trajo consigo el comercio digital y es un modelo de comercio muy utilizado en la industria textil también. Muchas tiendas de ropa o de insumos utilizan este método para lograr alcanzar más clientes o reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Continuando en la misma línea, la dinamización del comercio digital y de las redes sociales trajo una nueva necesidad como lo ha sido el aprender a utilizar todos estos métodos digitales. Cabe recordar que, en la actualidad, como se mencionó anteriormente, el no saber utilizar una computadora, un celular o internet se puede considerar como analfabetismo tecnológico o digital.

Según la página en línea del MinTIC (2022) “El analfabetismo tecnológico o digital está relacionado con la dificultad en el uso y manejo adecuado de las tecnologías de la información y las comunicaciones, es decir, de internet, celular, computador, softwares, aplicaciones o cualquier otra herramienta digital. El desconocimiento en el manejo de las herramientas TIC genera dificultades en el acceso a oportunidades educativas, laborales, de crecimiento social y personal.”

Por lo que esto puede representar retos como los mencionados en los objetivos anteriores y atrasos en el desarrollo de la Economía Naranja. Sin embargo, también se mencionó en los objetivos anteriores, que pese a estos retos u obstáculos el gobierno de Colombia tiene el propósito de ayudar a disminuir la falta de conectividad en las comunidades más alejadas.

A continuación, de la mano con la dinamización del comercio digital y las redes sociales en la República de Colombia, se van a estar desarrollando dos puntos clave para esta investigación:

- **Digitalización del comercio como oportunidad para emprendedores creativos**

Como se ha mencionado reiteradas veces a lo largo de esta investigación la digitalización del comercio es un punto clave en la forma en la que se están realizando negocios, intercambio de bienes y servicios y creación de emprendimientos en la actualidad. Muchas personas están utilizando a su favor esta digitalización para lograr posicionarse de forma más rápida en el mercado.

La digitalización del comercio se ha venido desarrollando desde hace bastantes años atrás, sin embargo, se puede decir que el mayor provecho que se le ha sacado a la digitalización del comercio fue en la época de la pandemia por COVID-19. En esta clase de crisis en donde la humanidad no está preparada para afrontar cambios y situaciones que empujan a la humanidad a buscar soluciones prontas y efectivas es cuando más entra en juego la creatividad humana y el comercio digital vino a incluso salvar vidas, economías y negocios.

Por lo que la digitalización del comercio es de suma importancia para el entorno internacional y la forma en la que se está expresando y desarrollando en temas económicos y comerciales. Entonces por medio de la Economía Naranja muchas familias, diseñadores, emprendedores, artesanos y marcas han logrado salir adelante gracias a sus ideas y creatividad y a la facilidad que ha traído el comercio digital.

Cabe resaltar que ha existido mucho tabú con respecto a todas las actividades artísticas, porque si bien todos hemos escuchado que ser artista o emprendedor o lo que sea, pero vivir del arte, la creatividad o la innovación es una pérdida de tiempo. Sin embargo, esta generación está demostrando que las actividades creativas, las ideas, la innovación y la cultura no son una pérdida de tiempo, que de hecho es el futuro emergente y que como se mencionó anteriormente de las entrevistas es el futuro a largo plazo.

Por lo que hay que tener presente que la Economía Naranja siempre ha existido entre el día a día de las personas y que es de hecho en muchos casos es lo que muchas personas consumen para salir de la rutina o desestresarse, tener un momento familiar, emprender o incluso salir de algún apuro

Entonces en el marco de la industria textil, el comercio digital ha abierto muchas oportunidades para todos los emprendimientos creativos. Ya que este modelo de comercio les permite a muchas personas capacitarse en muchos temas de forma más económica y accesible incluso, les permite comercializar los productos que estén creando.

Un ejemplo muy sencillo de esto, son los tutoriales de costura, de diseño, de patronaje, de fotografía, uso de maquinaria, de conocimiento en tela, bordados, tejidos entre otros. Por lo que el comercio digital ha traído un sinfín de formas de capacitarse e incluso de cómo comenzar un negocio.

Con respecto a la pregunta de investigación expuesta al inicio de esta investigación, ¿Cuál es el impacto del comercio digital en la Economía Naranja específicamente en el área creativa y de innovación en el sector textil?, el comercio digital ha impactado tanto de forma positiva como negativa. Anteriormente se explicó cómo el sector textil se ha visto fuertemente impactado por el consumo producido por el comercio digital, ya que este facilita mucho el acceso a productos y la demanda cada vez crece más, también a las empresas necesitan mano de obra barata contratan a personas por salarios insuficientes o en condiciones laborales deplorables.

Otro aspecto negativo del comercio digital es la inseguridad y las estafas que se generan por medio de los medios digitales, pero hablando específicamente de la industria textil es el hecho de que muchas tiendas emergentes tienen que competir con estas mega industrias que ofrecen productos mucho más baratos y con más variedad al instante.

Sin embargo, entre los aspectos positivos del impacto del comercio digital en la industria textil, está la oportunidad que este le brinda a muchos emprendimientos darse a conocer por medio de plataformas digitales, crear contactos, mantenerse actualizados en temas de innovación o tendencias en telas. El cambio climático ha empujado al comercio a adaptarse y buscar formas más sostenibles para producir, por lo que el sector textil no se queda atrás.

En la República de Colombia, muchas empresas están innovando en temas de sostenibilidad y la inteligencia artificial también es clave en este proceso creativo y de innovación. Gracias a la digitalización del comercio, muchos obstáculos y barreras se han ido eliminando, como, por ejemplo:

- La limitación de una sola forma de pago.
- La limitación de estar en la casa o en un local en donde se ve limitado el acceso al público o clientes potenciales.
- La dificultad para pagar alquileres de bodegas o locales.
- La dificultad para contratar personal de tiempo completo de forma presencial.

- El sector textil tiene la participación de muchas mujeres y personas que tienen que cuidar niños, adultos mayores etc., por lo que también el comercio digital elimina el obstáculo o preocupación de las personas por tener que desplazarse y dejar a sus seres amados solos o a cuidado de terceros.
- Elimina la dificultad para capacitarse o estudiar.

Entonces con la eliminación de estos obstáculos, también se les da la oportunidad a los emprendedores de proyectarse a nivel internacional o de lograr acceder a información de cómo formalizar su negocio adecuadamente conforme a la ley. Incluso el comercio digital también les da la oportunidad a muchos emprendedores de utilizar la cultura y su identidad como colombianos para aventurarse ya sea en el turismo cultural o utilizarlo como un método para introducir su arte en sus productos o servicios.

Muchos de estos emprendimientos creativos logran contar historias de la identidad cultural e histórica de cada pueblo o región. También gracias a la digitalización comercial se logra incluir de forma más participativa a jóvenes, mujeres, comunidades afrodescendientes, comunidades indígenas o incluso personas que forman parte de la comunidad LGTBIQ+ que generalmente son excluidos o que les cuesta conseguir trabajo ya sea por factores diversos como la falta de capacitación, de accesibilidad, de experiencia o discriminación.

Por lo que la modalidad de emprendimientos les permite a muchas personas que tal vez forman parte de alguna de estas comunidades descritas o bien familias, personas individuales, personas con edad de más de 45 o 50 años que en muchos casos los excluyen o no los toman en cuenta para ofertas laborales, tener un medio para vivir y poder llevar sustento económico a sus casas.

Según la página en línea del MinTIC (2023):

En ese camino, el comercio electrónico se presenta como el medio más eficaz para alcanzar dicho objetivo. Los negocios que han entendido y apropiado este proceso tienen la ventaja de adaptarse más rápidamente a los requerimientos de calidad y personalización de los clientes.

A través del programa 'Tu Negocio en Línea', el Ministerio TIC brindará a los comerciantes, los trabajadores de MiPymes y de la economía popular, una solución de comercio electrónico que impulsará su transformación digital.

Con lo anterior, se puede ver como el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, les brindan apoyo a los ciudadanos emprendedores a través de plataformas digitales para facilitar e impulsar el uso del comercio digital. La digitalización del comercio es fundamental en la actualidad para que muchos negocios salgan a flote o continúen en funcionamiento.

Con esto también se ve como la República de Colombia ha incursionado en temas de digitalización y como se ha expuesto anteriormente, esto es fundamental ya que las actividades económicas que se derivan de la creatividad e innovación van a ser el futuro. Así, industrias como la textil no se quedan rezagadas y a pesar de que sigan técnicas tradicionales o más actuales, el comercio de esta industria puede seguir a flote.

El tema de la digitalización comercial se ha tocado en muchos puntos de esta investigación, sin embargo, un aporte importante que tiene la digitalización del comercio no sólo en Colombia, sino, en muchos países alrededor del mundo por el hecho de que se abren puertas para que a mercados nacionales o locales se posicionen en mercados globales o internacionales. Esto ayuda a exponer las tradiciones y cultura en ferias internacionales en donde se aprecie esta riqueza y se le de ese valor agregado tan especial a los bienes y servicios creados a partir de la identidad cultural y la creatividad.

La digitalización del comercio a pesar de tener sus retos y virtudes se ha vuelto muy necesario en la actualidad. Por eso todos los esfuerzos que han hecho en la República de Colombia por levantar las actividades relacionadas a la Economía Naranja específicamente en el área creativa y de innovación son tan valiosos no sólo para el país sino también para la región en sí y para las personas que viven del sector textil más tradicional o casero se puede ver como una esperanza de empleo, expresión y oportunidad de transformación.

- **Uso de redes sociales como vitrinas comerciales y culturales**

Ahora, gracias a la digitalización y la necesidad humana de mantenerse siempre en contacto y al tanto de qué está pasando alrededor del mundo, entran en juego el uso de las redes sociales. Según el Centro de informática de la Universidad de Costa Rica (2022):

Las redes sociales son un medio de comunicación directo que permite una conexión rápida, ágil y cercana entre las personas usuarias y las organizaciones, por lo que son utilizadas cada vez más en todos los modelos de negocio y se debe velar por su seguridad como vital importancia.

Las redes sociales son muy utilizadas para interactuar, conectar y comunicarse con otras personas, pero no se utilizan estrictamente solo para eso. Ahora muchos negocios, emprendimientos, instituciones públicas y privadas, medios de comunicación entre muchos otros poseen redes sociales ya que se popularizó mucho el crear propaganda, publicidad y marketing a través de ellas, así como la venta de productos tomaron mucha fuerza en los últimos años.

Al inicio, estas tuvieron mucha popularidad entre la población adolescente casi que a nivel mundial, en donde esta población la utilizaba para entretenerse o mantenerse en contacto con amigos. Sin embargo, en la actualidad, este esquema de “las redes sociales son solo para jóvenes” quedó atrás y vemos a poblaciones de todas las edades utilizarlas y sacarles provecho.

Ahora las redes sociales no solo se utilizan para entretenerse o comunicarse, si no también se les puede sacar mucho provecho en diferentes formas por ejemplo para vender y comprar bienes o servicios, para buscar información de algún tema en específico, para capacitarse en diferentes actividades, buscar empleo, para estar al tanto del panorama internacional o nacional, incluso para informar como lo hacen muchas instituciones estatales.

Entre las redes sociales más utilizadas al menos en América Latina se pueden listar las siguientes:

- Facebook: el uso principal que se le da a esta red social es comunicación, Marketplace y ventas.
- WhatsApp: el uso principal de esta red social es de comunicación más directa y rápida, también se puede utilizar para ventas.
- TikTok: con esta red social se pueden consumir muchos temas de forma muy rápida y aleatoria lo que le da la oportunidad de viralizar tendencias de forma muy rápida y esto le brinda a los videos, personas o marcas entretenimiento y posicionamiento, también se pueden realizar ventas.

- Instagram: esta red social es más de branding y de *e-commerce*, de hecho, muchas personas, más que todo entre la población joven, consultan esta red social antes de comprar cualquier artículo. Es muy utilizada para el lanzamiento de emprendimientos.
- Twitter: esta se utiliza mucho para comunicación y tendencias.
- YouTube: en esta red social se pueden consultar tutoriales, documentales, música.
- LinkedIn: esta red social es de búsqueda de empleo.

Con esta pequeña descripción de redes sociales se puede ver que la mayoría de hecho se utilizan para comercializar productos. Por lo que es una forma en la que se ha digitalizado el comercio y muchos de los emprendimientos creativos utilizan las redes sociales como medio para promocionar o vender sus productos.

El título de este apartado se llama Uso de redes sociales como vitrinas comerciales y culturales, esto se refiere a que las redes sociales ahora se utilizan mucho como vitrinas comerciales en donde se ponen los catálogos de los productos y se pueden ligar a páginas web en donde se pueden realizar compras de forma remota sin necesidad de desplazarse a un centro comercial o algo por el estilo.

Incluso al menos muchas tiendas del sector textil lo que hacen es compartir el proceso de elaboración de prendas, reseñas de clientes, testimonios, historia de cómo se comenzó el negocio, activismo entre muchas otras actividades que les dan mucho dinamismo en redes sociales. Cabe recordar que las generaciones que están consumiendo este tipo de contenido cada vez se vuelven más exigentes.

Esto por el hecho de que al menos en plataformas como TikTok se consume mucho contenido muy variado en cuestión de segundos lo que hace que las personas ya casi no se impresionen con nada. Por eso la creación de tendencias y de formas de innovar con las páginas web, empaques, sostenibilidad entre otros ha tomado tanta fuerza en los últimos años, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes.

Entonces los emprendimientos del sector textil que logran introducirse al mundo del comercio digital tienen que apoyarse mucho de la innovación y la creatividad ya que les toca no solo innovar en temas de manufactura sino en temas de desarrollo de páginas web y contenido audiovisual.

Y con esto surge como parte de digitalización del comercio nuevas formas de vender, por ejemplo, muchas marcas y empresas utilizan plataformas como TikTok para crear videos y promocionarse de esa manera ya que TikTok puede viralizar los videos mucho más rápido que cualquier otra plataforma.

Entonces volviendo a la raíz de este objetivo que es el describir el impacto cultural y creativo que ha tenido la Economía Naranja en el comercio y la industria colombiana, se puede decir que aparte del apoyo del gobierno en temas creativos las personas también tienen la opción de comenzar con pequeñas páginas web que fortalezcan la parte de propaganda de sus negocios.

De hecho, una de las recomendaciones que brindó una de las entrevistadas que es emprendedora, tiene una tienda virtual de bikinis y trajes de baño fue “primero es importante crearse una pequeña página web y realizar el registro de marca.”. Es una muy buena recomendación porque el formalizar un negocio o emprendimiento abre muchas puertas a ferias y eventos a los que se puede participar.

Por otro lado, el uso de redes sociales puede representar un reto como se expuso anteriormente va un poco de la mano con la falta de conectividad, sin embargo, hay poblaciones que no saben utilizar muy bien un celular por lo que siempre necesitan ayuda de algún familiar. Por eso es importante el apoyo por parte del gobierno en temas de Economía Naranja ya que este brinda capacitaciones.

Entre los retos que puede presentar el uso de redes sociales como método de la Economía Naranja en la industria creativa y de innovación específicamente en el área textil están los siguientes:

- Saturación de contenido audiovisual: esto quiere decir, como se mencionaba anteriormente, que puede que muchos emprendedores están vendiendo los mismos productos por lo que puede llegar a costar destacar.
- Dependencia de algoritmos: en el mundo digital es de suma importancia los algoritmos, esto en palabras simples, es lo que les muestra a las personas lo que les gusta, por ejemplo, si una persona está buscando cómo comprar un vestido en color rojo, el

algoritmo lo va a detectar y va a comenzar a mostrar solo fotos, videos o tiendas en donde vendan vestidos rojos.

- Innovación y creatividad: hay que conectar mucho con la creatividad para mantener el contenido audiovisual de los emprendimientos o empresas lo más fresco posible.
- Problemas de derechos de autor: la República de Colombia ha abordado el tema de derechos de autor en su Ley Naranja, sin embargo, en muchas ocasiones es casi imposible controlar el que las personas no copien las ideas de otros.

Entonces, las redes sociales son una herramienta de mucha utilidad sin embargo existen esos retos que tal vez puedan llegar a abrumar un poco a quienes están aprendiendo a utilizarlas o comenzando un negocio. Y evidentemente si han impactado la Economía Naranja y el comercio del sector textil.

De hecho, un ejemplo de cómo la industria textil ha innovado en la utilización de redes sociales es el ejemplo antes expuesto de la tienda en línea Mattelsa. Esta es una tienda colombiana virtual, tienen un perfil en Instagram y a la vez son activistas y buscan cómo expresar sus ideas y su identidad a través de las prendas que ofrecen en su página.

También con este ejemplo se puede ver reflejado que la integración de la creatividad con la tecnología, redes sociales y plataformas digitales si generan un fortalecimiento del emprendimiento creativo y cultural, ya que se generan cadenas productivas locales que ayudan a dinamizar el comercio nacional o local.

Por lo que el fortalecimiento de la identidad creativa también se puede abordar desde redes sociales, como se mencionó anteriormente, gracias a la digitalización del comercio se puede buscar como crear conciencia y conocimiento en torno a las diferentes tradiciones que tenga un país no solamente Colombia y los diferentes procesos de fabricación de prendas.

Para recordar, la República de Colombia tiene una amplia trayectoria en temas textiles, como se expuso anteriormente incluso Medellín es famosa por la creación de índigo que es un pigmento necesario para la elaboración de pantalones jeans y aparte de esto Colombia es famoso por la calidad en prendas, creatividad e innovación textil.

Gracias al acompañamiento que le ha dado el gobierno a Colombia, muchos negocios han salido a flote y muchas personas también logran sentir apoyo. La República de Colombia es una nación llena de color y creatividad por lo que la Economía Naranja se vuelve muy especial, no sólo en temas textiles, sino también en muchas otras áreas creativas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el siguiente apartado, se van a mencionar las conclusiones y recomendaciones que se han podido analizar para la situación actual del comercio digital en la Economía Naranja, cómo este ha impactado el sector textil en la República de Colombia y la importancia que ha tenido el sector creativo en los últimos años en este país suramericano.

5.1 Conclusiones

En el presente apartado, se van a mencionar una serie de conclusiones que fueron recopiladas al finalizar dicho trabajo de investigación. Esto con el propósito de demostrar la importancia de la Economía Naranja y como este ha impactado el comercio digital en sectores como el textil y las estrategias utilizadas por el gobierno de la República de Colombia para lograr aplicar la Economía Naranja en el país.

En primer lugar, se puede concluir que, en la República de Colombia, la industria textil es de gran importancia por el recorrido histórico que acarrea y que ha ido en evolución junto con el país. Colombia es un país que se caracteriza por su creatividad, calidad e innovación en temas textiles por lo que esta industria representa un gran generador de empleo. También gracias a la globalización e importancia cultural que hay detrás de esta industria se puede concluir que, como todo en la vida, la innovación y creatividad son de suma importancia para lograr preservar la economía, la identidad cultural e incluso la vida.

Como se expuso anteriormente, parte de los cambios más significativos que ha tenido la industria textil en Colombia son la digitalización del comercio, la sostenibilidad y la apertura comercial. A pesar de los retos y debates sobre si realmente es viable aplicar la Economía Naranja en el país, lo cierto es que es importante apoyar las industrias creativas y respaldarlas para conservar tradiciones y legado cultural, generar empleo y con esto activar la economía local y darle visibilidad al mercado local en mercados internacionales.

En segundo lugar, se concluye que la gran acción que ha tenido la República de Colombia por aplicar la Economía Naranja ha logrado generar un rol de liderazgo en América

Latina. A pesar de todo el perjuicio que puede existir alrededor de las industrias creativas, Colombia ha logrado impulsar una serie de ayudas y políticas para mejorar las condiciones laborales y de emprendedurismo de muchas personas, familias y comunidades.

Esto no solo es beneficioso a nivel local, sino también, genera un posicionamiento positivo frente a otras naciones y comunidad internacional en donde se ve que el país se esfuerza por innovar. Esto genera a su vez inversión extranjera, que se traduce en más empleo, turismo y comercio por medio de acuerdos comerciales dando a conocer la riqueza cultural colombiana y su potencial a nivel del sector textil.

En tercer lugar, se pueden identificar algunas de las estrategias que ha implementado la República de Colombia para lograr implementar la Economía Naranja, como lo es la transformación del comercio a través de la creatividad en donde se realizan varias ferias y eventos que ayudan a los emprendedores creativos a posicionar sus productos y darlos a conocer. Incluso también en donde pueden llegar futuros inversionistas a revisar qué productos innovadores están en tendencia que se ajusten a sus negocios.

También como se mencionó anteriormente, la aplicación de la Ley Naranja o Ley 1834, ha sido de gran ayuda para lograr regular y proteger la propiedad intelectual de los emprendedores creativos colombianos, así como la inclusión de comunidades diversas. Este último punto le da una riqueza cultural muy especial a las estrategias que han implementado en Colombia para la aplicación de la Economía Naranja, ya que muchas comunidades logran tener la oportunidad de dar a conocer su trabajo o de obtener un empleo a través de la industria textil o cualquier otra industria creativa.

Por último, el impacto cultural y creativo que ha tenido la Economía Naranja en el comercio e industria colombiana ha tenido sus pros y contras, sin embargo, si se analiza el lado positivo, la preservación de la identidad cultural y la inclusión de esta identidad cultural al comercio digital ha logrado no solo darle visibilidad, sino, en cierta forma crear una propaganda positiva de conservación de técnicas tradicionales como lo son bordados o teñidos, aspectos que se mencionan a lo largo de la investigación.

Así como las oportunidades que trae consigo el comercio digital, como lo son el uso de plataformas digitales y redes sociales para darle visibilidad y publicidad a los diferentes emprendimientos creativos y a su vez también esto da la oportunidad de adaptarse a la nueva realidad digital. Esto empuja no sólo a los colombianos, sino a todas las personas a entender

que la realidad es que muchos de los negocios en la actualidad se están volviendo más competitivos gracias a las redes sociales y a la digitalización comercial.

Por esto, es importante apoyar a todas las personas que se dedican de forma artesanal o local a actividades del sector textil, ya que las mega industrias amenazan la permanencia de estos artesanos o emprendedores con ventas de prendas a precios muy bajos y con la creación de tendencias tan aceleradas. Además de quitar empleo a los productores locales también generan un daño ambiental muy grave.

5.2 Recomendaciones

Las recomendaciones son una parte fundamental en las investigaciones sobre un tema en específico, ya que, aconseja a futuras investigaciones sobre nuevos caminos o conclusiones que se pueden cambiar o tomar. Siempre la idea de esto es mejorar y aportar hacia un mejor futuro. En este caso se busca que haya más países que sigan el ejemplo de la República de Colombia en temas de Economía Naranja y que se le dé la importancia debida a la industria textil en temas de innovación y creatividad.

La primera recomendación que surge del análisis de la Economía Naranja en el contexto colombiano es continuar con los esfuerzos por capacitar a la población colombiana en temas de digitalización. Como se mencionó anteriormente, este es un tema que va en crecimiento exponencial y cada vez más a los seres humanos les toca competir con inteligencias artificiales por puestos de empleo, por lo que la creatividad, el pensamiento crítico y la innovación que aporta la humanidad se va a volver fundamental en el futuro para hacer destacar el talento humano frente a las máquinas.

Por lo que, en este sentido se hace un llamado a las instituciones estatales, específicamente se le recomienda al Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación (MinTIC) de Colombia, que según el MinTIC (2025) es el Ministerio “promotor de programas y proyectos que fortalecen las competencias ciudadanas digitales”, continuar con los esfuerzos por llevar conectividad a las comunidades más lejanas de Colombia, con esto se puede llegar a garantizar que en el futuro más colombianos van a poder incluirse en actividades

creativas y culturales. Asimismo, las personas con emprendimientos textiles pueden llegar a optar por darle más visibilidad a su talento por medio de plataformas digitales o redes sociales.

Al garantizar el acceso a internet y conectividad, se les puede dar herramientas digitales a más personas para que estos puedan gozar de tener una fuente de empleo, oportunidades de capacitación, ferias virtuales, conectar con clientes o inversionistas sin importar la ubicación geográfica, etnia o género. Con esto también se les brinda la oportunidad de tener una participación en la transformación del comercio colombiano a partir de la creatividad.

Otra recomendación dirigida a la comunidad internacional es continuar apoyando a las naciones que buscan una forma de proteger y cuidar su integridad e identidad cultural. América Latina se ha visto fuertemente impactada por el fenómeno de apropiación cultural, en donde símbolos, expresiones y técnicas tradicionales son extraídas y comercializadas sin reconocimiento a sus comunidades de origen.

Por lo que se recomienda desde el ámbito de las Relaciones Internacionales abordar estos temas en foros internacionales y que se reconozcan como una problemática en donde los afectados son los ciudadanos de países como Colombia. Y con esto se logren generar principios éticos y se fomenten prácticas más respetuosas de comercializar, con esto, se lograría garantizar que la diversidad cultural no sea explotada y que se vea como un patrimonio que merece ser reconocido y valorado.

De la mano con lo anterior, también se recomienda a la comunidad internacional buscar métodos para concientizar a la población de reducir el consumo de productos de las mega industrias que producen prendas de vestir sin responsabilidad ambiental y humana. En donde se explotan a muchas personas por un sueldo insuficiente bajo condiciones laborales deplorables y además de esto contaminan el medio ambiente haciendo cada vez más imposible la disminución del cambio climático y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Algunos de los métodos de concientización podrían ser campañas, certificaciones, acuerdos internacionales en donde se logren regular las prácticas dañinas que se aplican en la industria textil que atentan contra el medio ambiente. Ya que esta industria es de las más contaminantes, se podría abordar desde un punto de vista más humano y ambientalmente amigable en donde se creen capacitaciones que expliquen cómo desechar correctamente algunas prendas de ropa o cómo darles una segunda vida.

Por último, otra de las recomendaciones dirigida a futuras investigaciones es que se profundice más en las técnicas más tradicionales y prácticas que enriquecen esta Economía Creativa en Colombia. Este país tiene un potencial muy valioso en temas de creatividad y de innovación, ya que es una economía que está muy humanizada y se considera cada idea como un aporte significativo a la innovación que lleva al desarrollo del país.

Con respecto a la industria textil y el comercio digital, tal vez se puedan buscar mejorar las plataformas que brinda el Estado y buscar formas de hacerlas más amigables para que todas las personas de todas las edades puedan gozar de la digitalización sin problemas y sin sentirse excluidas o rezagadas.

Así como analizar a profundidad qué elementos están deficientes en las leyes colombianas que tal vez puedan mejorar para garantizar una mejor aplicación de ellas y sin duda, mejorar la calidad de vida y de empleo de los y las colombianas. La Economía Naranja siempre ha estado presente entre los seres humanos y su evolución por lo que esta merece ser reconocida y valorada por la importancia que tiene para la cultura, creatividad e innovación de los seres humanos, la misma que ha traído a la humanidad hasta el siglo XXI.

LISTA DE REFERENCIAS

- Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible. (2021). UNESCO. Recuperado de <https://webarchive.unesco.org/web/20220318040539/https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>
- Araya, D. (2021). La Nueva Realidad del Comercio Internacional del SXXI Enfocada en el Desarrollo Sostenible en Costa Rica y el Desarrollo Digital en estonia (2015-2020). [Tesis de Licenciatura, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio UIA.
- Araya, M. (2024). Análisis del cambio de la percepción del consumidor en la industria de la moda de la República de Colombia mediante el movimiento “fast fashion” para el cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible #12 Producción y Consumo Responsables el período 2018-2023. [Tesis de Licenciatura, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio UIA.
- Arce, K. y Villalobos, M. (2007). Guía para la Investigación en Determinación de Necesidades de Capacitación y Formación Profesional. Instituto Nacional de Aprendizaje. Recuperado de https://www.ina.ac.cr/AcercaINA/Documentos%20compartidos/unidad%20de%20plannificacion/planeamiento%20estrategico/documenos/guia_marvin_karen.doc
- Arenales, J. (2022). Y la Economía Naranja, ¿qué? P&M. Recuperado de

[https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/54070/y-la-economia-naranja-que#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20DANE%20\(Departamento%20Administrativo,congresistas%2C%20artistas%20y%20gestores%20culturales.](https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/54070/y-la-economia-naranja-que#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20DANE%20(Departamento%20Administrativo,congresistas%2C%20artistas%20y%20gestores%20culturales.)

Bravo, L., Torruco, U., Martínez, M. & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. SciELO. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

Benavides, F. (2023). Las actividades económicas culturales y su impacto sobre el desarrollo. UNA Comunica. Recuperado de <https://www.unacomunica.una.ac.cr/index.php/abril-2023/4537-las-actividades-economicas-culturales-y-su-impacto-sobre-el-desarrollo#:~:text=La%20Cuenta%20Sat%C3%A9lite%20de%20Cultura%20presentada%20por,total%20de%20personas%20ocupadas%20en%20el%20pa%C3%AD.>

Botero, C. (2019). La Economía Naranja o el slogan para mercantilizar la cultura. La Silla Vacía. Recuperado de <https://www.lasillavacia.com/red-de-expertos/red-de-ciencia-e-innovacion/la-economia-naranja-o-el-slogan-para-mercantilizar-la-cultura/>

Casas, R. (2022). Colombia, entre los países que impulsan la economía creativa. El Portafolio. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/colombia-entre-los-paises-que-impulsan-la-creativa-572639>

Colombia: Crece importancia de la industria textil. (2019). Textiles panamericanos.

Recuperado de <https://textilspanamericanos.com/textiles-panamericanos/2019/09/colombia-crece-importancia-de-la-industria-textil/>

Colombiatex 2025: tendencias, innovación y sostenibilidad en Medellín. (2025).

elColombiano. Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/entretenimiento/moda/colombiatex-2025-medellin-lidera-la-moda-con-innovacion-y-sostenibilidad-GE26339359>

Comercio electrónico. (2023). International Trade Administration. Recuperado de <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/colombia-ecommerce>

Comercio electrónico, una herramienta para fortalecer la economía popular. (2023). Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/280935:Comercio-electronico-una-herramienta-para-fortalecer-la-economia-popular>

Conoce el listado de entidades que apoyan el emprendimiento en Colombia. (2022). Siigo.

Recuperado de <https://www.siigo.com/blog/apoyo-al-emprendimiento-en-colombia/>

Cordero, D. (2024). Economía naranja: una mirada a la historia del fracaso. [Trabajo de Maestría, Universidad de Los Andes]. Repositorio Institucional Séneca. <https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/2a761d14-2101-47e0-abdd-f6054324e098>

Createx 2025, impulso a la transformación, sostenible e innovación del sector textil. (2025).

American Malls and Retail. Recuperado de <https://america-retail.com/paises/colombia/createx-2025-impulso-a-la-transformacion-sostenibilidad-e-innovacion-del-sector-textil/>

Cristol, J. (2019) Liberalismo. Oxford Bibliographies. Recuperado de

<https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199743292/obo-9780199743292-0060.xml>

De los retos a las oportunidades: Colombiatex 2025, la plataforma líder de las Américas para

enfrentar los desafíos de la industria. (2025). Inexmoda. Recuperado de <https://inexmoda.org.co/stories/de-los-retos-a-las-oportunidades-colombiatex-2025-la-plataforma-lider-de-las-americas-para-enfrentar-los-desafios-de-la-industria/>

Decreto reglamentaría las rentas exentas de la economía naranja. (2021). Instituto de

Contadores Públicos de Colombia. Recuperado de Instituto de Contadores Públicos de Colombia

Definición de Actividad Comercial. (s.f). Definición de. Recuperado de

<https://definicion.de/actividad-comercial/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2022) Información Estadística sobre Economía Cultural y Creativa. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/8vo-reporte-economia-cultural-creativa.pdf

Echeverría, J. (2015). Condiciones Laborales y Productivas en Microempresas de Confección en la ciudad de Medellín. Revista Cintex, 20(2). 79-95 Recuperado de <https://revistas.pascualbravo.edu.co/index.php/cintex/article/view/25>

Economía Digital de Colombia. (2024). International Trade Administration. Recuperado de <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/colombia-digital-economy>

Economía Naranja: cómo generar riqueza con la creatividad. (s.f) MicroBank. Recuperado de <https://www.microbank.com/es/blog/p/economia-naranja.html>

Economía Naranja, pilar para la competitividad de Colombia. (2018). Procolombia. Recuperado de <https://investincolombia.com.co/es/recursos/economia-naranja-pilar-para-la-competitividad-de-colombia#:~:text=Impulso%20gubernamental,capital%20de%20hasta%20un%20a%C3%B1o.>

El auge imparable de las industrias creativas en Colombia. (2025). LatinPyme. Recuperado de <https://latinpyme.com/el-auge-imparable-de-las-industrias-creativas-en-colombia/>

El significado de los colores en Marketing y Publicidad. (s.f). BirdCom. Recuperado de

<https://birdcom.es/blog/significado-de-los-colores-en-marketing-y-publicidad/#:~:text=y%20la%20energ%C3%ADa-,Significado%20del%20color%20Naranja,un%20efecto%20extrovertido%20y%20vibrante.>

Espinel, P., Aparicio, D. y Mora, A (2018s.f.). Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país. Recuperado de Dialnet

Esta es Colombia. (2024). Procolombia. Recuperado de <https://colombia.co/pais-colombia/reconocer-y-celebrar-la-diversidad-cultural-decolombia-la-clave-para-la-interculturalidad>

Fernández, Y. (2021) Evolución de la economía naranja como estrategia para el desarrollo social y económico de Colombia. [Tesis de grado, Universidad Piloto de Colombia] Repositorio Universidad Piloto.

Flores, B. (2017). ¿En qué se diferencia una pyme de un emprendimiento? La

República. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/en-que-se-diferencia-una-pyme-de-un-emprendimiento#:~:text=Para%20un%20peque%C3%B1o%20negocio%20puede,Lebendiker%2C%20presidente%20ejecutivo%20de%20ParqueTec.>

Gobierno aprueba política nacional de economía naranja con recursos por más de \$300 mil millones de dólares para impulsar la economía de la cultura y la creatividad. (2022).

Departamento Nacional de Planeación. Recuperado de <https://2022.dnp.gov.co/Paginas/Gobierno-aprueba-politica-nacional-de-economia-naranja-para-impulsar-cultura-creatividad.aspx>

Gómez, A., Molano, U. & Jaime, S. (s.f) Textiles en Colombia al finalizar el siglo XIX:

producción artesanal, importación e industrialización. Museo Nacional de Colombia.

Recuperado de https://www.museonacional.gov.co/Publicaciones/publicaciones-virtuales/Documents/Textiles_en_colombia.pdf

Gómez, E., Navas, D., Aponte, G & Betancourt, L. (2014) *Metodología para la revisión*

bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. SciELO. Recuperado de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532014000200021

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación.

Recuperado de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Historia del Negocio Textil en Colombia: Un pilar de la Economía Nacional. (2022). Sectorial.

Recuperado de <https://sectorial.co/informativa-textil-y-confecciones/historia-del-negocio-textil-en-colombia/>

Industria de la moda en Colombia apuesta por el e-commerce. (2016). Procomer. Recuperado de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/industria-de-la-moda-en-colombia-apuesta-por-el-e-commerce/

Industria textil. (s.f). Concepto. Recuperado de <https://concepto.de/industria-textil/>

Industria textil colombiana y su crecimiento a través de la innovación y la competitividad.

(2023). Procolombia. Recuperado de

<https://procolombia.co/colombiatriade/exportador/articulos/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>

Inversión histórica de más de \$71.000 millones para apoyar la economía popular en Colombia.

(2025). Presidencia. Recuperado de <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Inversion-historica-de-mas-de-71000-millones-para-apoyar-la-economia-popular-250313.aspx>

John Howkins. (2001). La economía creativa: cómo la gente gana dinero con las ideas. Penguin Books Limited.

Lawrence, S. (2022). Análisis de la realidad comercial y social en la internalización de la industria de la moda en el período 2016-2021. [Tesis de Licenciatura, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio UIA. <http://repositorio.uia.ac.cr/handle/123456789/1995>

Ley 1834 de 2017. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. 23 de mayo de 2017. D.O. No. 50.242

López, A. y Durango, J. (2019). La Economía Naranja en Colombia. Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Repositorio Digital. Recuperado de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tda/502>

López, P. (2004). Población muestra y muestreo. SciELO. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Maranto, M. y González, M. (2015). Fuentes de Información. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Repositorio UAEH. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Marco Estratégico. (2025) Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/118044:Marco-Estrategico#:~:text=EI%20Ministerio%20de%20Tecnolog%C3%ADas%20de,en%20el%20uso%20de%20las>

McDonald, A. (2023). ¿Qué es el “fast fashion” (la moda rápida) y por qué es tan controversial? CNN en Español. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2023/11/25/que-es-fast-fashion-moda-rapida-trax>

Mejía, J. (2014). El Muestreo en la Investigación Cualitativa. Investigaciones Sociales. Recuperado de <https://www.acuedi.org/ddata/3754.pdf>

Moda sostenible en Colombia, mucho más que una tendencia. (s.f) Procolombia. Recuperado de <https://colombia.co/pais-colombia/talento-de-colombia/moda-sostenible-en-colombia-mucho-mas-que-una-tendencia>

Ortiz, C. (2025) El reto de la formalidad empresarial. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/analisis/catalina-ortiz-400501/el-reto-de-la-formalidad-empresarial-3122920>

Peña, A. y Forero, M. (2018). “La era de la Economía Naranja” Perspectivas. 3. (dic.2018) 10-15. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1701>

Redes Sociales. (2022). Centro de Informática de la Universidad de Costa Rica. Recuperado de <https://ci.ucr.ac.cr/redes-sociales>

Rico, A. (2022). “Las industrias creativas representan 3% del PIB y logran generar 522.000 empleos”. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/industrias-creativas-representan-3-del-pib-que-logran-generar-522-000-empleos-3372319>

Roa, E. & Cuellar, D. (2019). Evolución del comercio electrónico en Colombia en la última década. Universidad de La Salle. Recuperado de <https://ciencia.lasalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/570a9f02-7290-4f3e-bcd3-ecc0f6a7a287/content>

Rodríguez, M. y López, M. (2019). “Economía Naranja: una opción de emprendimiento para Colombia de la mano de las instituciones de Educación Superior. Apuntes Contables. 25. (nov.2019) 59-89. 10.18601/16577175.n25.05

Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2766815.pdf>

Sánchez, D. (2022). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río. Vol.9, (Nº17), 38-39. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/tepexi/article/view/7928/8457>

Santander. (2022). Economía naranja: ¿qué es y cómo podemos vivir de ella?

Recuperado de

<https://www.santander.com/es/stories/economia-naranja#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20naranja%20es%20un.del%20conocimiento%20de%20sus%20creadores.>

Sector TIC analiza retos y desafíos para la conectividad en las regiones en ‘Conecta

Colombia 2025’. (2025. MINTIC. Recuperado de

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/401713:Sector-TIC-analiza-retos-y-desafios-para-la-conectividad-en-las-regiones-en-Conecta-Colombia-2025>

Tah Ayala, E. (2018). Las Relaciones Internacionales desde la perspectiva social. *La visión del constructivismo para explicar la identidad nacional. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 63(233), 389-403. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182018000200389#:~:text=El%20constructivismo%20sostiene%20que%2C%20si,Sigala%2C%202014:%20439).

Telas Lafayette. [@telaslafayette]. (29 de enero de 2025). 🌱 ✨ ¿Aún te preguntas por qué elegir proveedores sostenibles para tu marca? Cada decisión cuenta. ❤️ Al trabajar con Lafayette [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/DFa2Sp6J5FC/?utm_source=ig_web_copy_link

Tenorio, K. (2024). Aplicación del objetivo de desarrollo sostenible #12: producción y consumo responsable con respecto a las empresas multinacionales de e-commerce tomando como ejemplo el caso de Amazon en los Estados Unidos de América en el periodo del 2018-2023. [Tesis de Bachillerato, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio UIA.

Universidad de Houston. (2024). Fuentes primarias. Recuperado de <https://guides.lib.uh.edu/primarysources>

Universidad Europea. (2023). ¿Qué es la economía naranja y para qué sirve? Recuperado de <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-economia-naranja/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20naranja%20ni%C3%B3n%20con,del%20sector%20cultural%20y%20creativo.>

¿Qué debo saber para postular mi proyecto de investigación? (2021). Universidad del Desarrollo. Recuperado de <https://innovaciondocente.udd.cl/files/2021/12/7.instrumento-de-seleccion-de-informacion.pdf>

¿Qué es el comercio digital y cómo funciona? (2023) Esneca Business School. Recuperado de <https://www.esneca.com/blog/comercio-digital-caracteristicas-como-funciona/#:~:text=El%20comercio%20electr%C3%B3nico%20pone%20el,los%20aspectos%20de%20la%20empresa.>

¿Qué es el omnicanal? (s.f). Oracle. Recuperado de <https://www.oracle.com/ar/retail/omnichannel/what-is-omnichannel/#:~:text=Omnicanal%20es%20un%20t%C3%A9rmino%20utilizado,f%C3%ADsicas%20dispositivos%20m%C3%B3viles%20e%20Internet>

Qué es la moda sostenible y cuáles con sus beneficios. (2023). Eurofins. Recuperado de <https://www.eurofins-environment.es/es/moda-sostenible/>

¿Qué es un emprendimiento? (s.f) Definición de Emprendimiento. Ferrovial. Recuperado de <https://www.ferrovial.com/es/recursos/definicion-de->

emprendimiento/#:~:text=Partiendo%20de%20este%20punto%2C%20se,aprovechando%20oportunidades%20y%20aportando%20valor.

¿Qué es una Pyme? Concepto, ejemplos y características. (s.f). CEUPE European Business School. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/pyme.html>

¿Qué es y cómo superar el analfabetismo tecnológico? (2022). Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación. Recuperado de <https://iniciacontic.gov.co/776/w3-article-236943.html>

Vergara, A. (2021). La creatividad como impulso para el desarrollo sostenible. UNESCO. Recuperado de <https://www.unesco.org/es/articles/la-creatividad-como-impulso-para-el-desarrollo-sostenible>

Wu, J. (2019). Comercio digital como ampliación en los negocios entre China y Costa Rica durante el 2018 [Tesis de Bachillerato, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio UIA.