

VIABILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y MANUFACTURACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR A BASE DE ALGODÓN ORGÁNICO EN LA CIUDAD DE TUNJA

Autores: Rutd N. Jiménez Vela – Tecnóloga en Gestión Bancaria, Contadora pública, Especialista en Innovación y Marketing (En Curso)

Brayam A. León Latorre – Técnico en asistencia Administrativa, Administrador de empresas, Especialista en Innovación y Marketing (En Curso)

Correo electrónico: rutd.jimenez@usantoto.edu.co – brayam.leon@usantoto.edu.co

Director de artículo de investigación: Lorena Barreto López

27 de Enero de 2022

Universidad Santo Tomás

Tunja, Colombia

Resumen.

En la actualidad el medio ambiente es una de las tendencias de mercadeo más fuertes en la economía colombiana y que muchas empresas reconocidas internacionalmente en la industria de la moda están aprovechando como medio para acercarse al consumidor, concientizándolo más sobre las problemáticas climáticas que sufre el planeta, obligando al sector textil crear una nueva economía que busque rediseñar el futuro de la moda y mostrar un compromiso que resalta la responsabilidad social y sus prácticas para disminuir la contaminación que garantiza la conservación del medio ambiente. Por este motivo esta investigación busca acercarse a un análisis real y a profundidad, evaluando las posibilidades de iniciar nuevas oportunidades de negocio que incentive el uso de productos amigables con el medio ambiente. De esta forma se indagará las alternativas para fortalecer el

sector textil de la ciudad de Tunja, por medio del aprovechamiento del material denominado algodón orgánico y con ayuda de este sector textilero Tunjano se promoverá la manufacturación y comercialización de prendas de vestir a base de dicho material.

Palabras clave: Sector textil, manufactura, viabilidad, algodón orgánico, comercialización, medio ambiente.

Abstract.

Today the environment is one of the strongest marketing trends in the Colombian economy and that many internationally recognized companies in the fashion industry are taking advantage of as a means to approach the consumer, raising awareness about the climatic problems that the planet is experiencing, forcing the textile sector to create a new economy that seeks to redesign the future of fashion and to show a commitment that highlights social responsibility and its practices to reduce pollution that guarantees the conservation of the environment. This is why this research seeks to approach a real and in-depth analysis, evaluating the possibilities of initiating new business opportunities that encourage the use of environmentally friendly products. In this way, the alternatives to strengthen the textile sector of the city of Tunja will be investigated, by means of the use of the material called organic cotton and with the help of this textile sector Tunjano will promote the manufacture and marketing of clothing based on this material.

Kay words: Textile sector, manufacture, viability, organic cotton, commercialization, environment.

OBJETIVO GENERAL:

Valorar la viabilidad de comercializar prendas de vestir a base de algodón orgánico por medio de una investigación que determine la posibilidad de introducir estas prendas en el mercado Tunjano.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Evaluar la viabilidad de comercializar prendas de vestir a base de algodón orgánico, con la cual se permita determinar la posibilidad de introducir prendas de vestir a base de este material en el sector textil en la ciudad de Tunja.
- Identificar las condiciones necesarias del mercado para incorporar prendas de vestir a base de algodón orgánico en Tunja.
- Proponer al sector textil de Tunja nuevas líneas de producción de prendas de vestir a base de algodón orgánico para comercializarlas es los establecimientos especializados de prendas de vestir.

INTRODUCCIÓN

En el transcurrir de los años se ha generado gran importancia con los cuidados del medio ambiente, donde gran parte de los organismos internacionales y nacionales han observado la gran problemática que ha generado el consumismo incontrolable y el excesivo uso de los recursos naturales.

Dentro del sector textil al querer generar un impacto positivo con el medio ambiente se está obligando a crear una nueva economía que busque rediseñar el futuro de la moda y mostrar un compromiso que resalte la responsabilidad social y sus prácticas para disminuir la contaminación que garantiza la conservación del medio ambiente.

En la actualidad se busca tener en cuenta productos que sean amigables con el medio ambiente ya que el consumidor final se ha vuelto más exigente por su

conciencia de los daños ambientales y al querer adquirir un producto, una de las características en las que se fijan, es en la amigabilidad del producto con el planeta, como lo menciona Fenalco: “El consumidor de hoy tiende a buscar productos ambientalmente sostenibles, y por eso, más que una alternativa, ofrecerlos es hoy una necesidad para la supervivencia empresarial y, claro está, una oportunidad de negocio” (FENALCO, 2020); Adicionalmente en un artículo publicado por la Vanguardia nos dicen que: “El comportamiento del consumidor en Colombia y en el mundo está cambiando. Ahora se piensa más en el medio ambiente, en comida saludable y en ahorrar recursos naturales, lo que para algunos sectores se denomina “consumo responsable”. (Vanguardia liberal Bogotá, 2017)

Orlando Saavedra, experto en marketing, asegura que: “los colombianos están volcándose a la moda de exigir y adquirir productos y servicios que no atenten contra la ecología ni la sociedad, y generen hábitos más saludables”. (Vanguardia liberal Bogotá, 2017) ; es ahí donde las empresas deben actuar para hacer uso adecuado de los recursos, buscar estrategias para la producción de productos sostenibles y sustentables; y además llegar a generar un impacto social y ambiental con el fin de aprovechar esta tendencia denominada “consumo responsable”.

Es así, qué de esta manera se busca abarcar cuatro panoramas tales como: Problemáticas generadas por las industrias al medio ambiente, algodón orgánico como innovación en el sector textil, los beneficios del algodón orgánico y empresas textiles ubicadas en Tunja, los cuales se darán a conocer a continuación:

Problemáticas generadas por las industrias al medio ambiente.

Gran parte de las empresas en el mundo tienen un gran problema y es que no cuentan con una responsabilidad social y ambiental, lo cual deben subsanar, por lo que hoy en día esto es una tendencia que toda empresa debe tener en cuenta para el desarrollo de sus actividades y aprovechamiento de nuevas oportunidades; además, el consumidor está optando por un consumo más sostenible para luchar

contra el cambio climático y ayudar al medio ambiente, ya que como lo menciona la encuesta publicada en enero por FMCG & Retail, en la que: “el 47% de los colombianos declaró que comprará productos ecológicos en 2019, incluso si son más caros, lo que evidencia una disposición a cambiar sus hábitos de consumo para reducir el impacto ambiental”. (FENALCO, 2020) .

De este modo, el sector textil se debe explotar al máximo con esta tendencia ambiental; generando un nuevo enfoque en este sector, como lo da a conocer Nielsen compañía líder global en información y medición, que provee investigación de mercado, hallazgos e información de los que la gente ve, escucha y compra nos dice que: “El 47% de los colombianos compraría productos ecológicos aún si son más costosos, mientras que el 37% de la población encuestada a nivel global se identifica con esto”, (Nielsen, 2019) de esta manera Colombia se ubica como uno de los países que más demanda de conciencia ambiental tiene a niveles nacionales e internacionales. Aunque este dato se encuentre algo positivo aún falta que un 53% de los Colombia nos opte por comprar productos ecológicos, siendo esto una problemática que se debe a que todos los colombianos no tienen la capacidad adquisitiva para comprar productos ecológicos que se ofrecen en el mercado. De igual forma, otra problemática que nos muestra Nielsen en sus encuestas es que “el 78% los compradores colombianos encuentran difícil comprar productos amigables con el medio ambiente porque no se encuentran en las tiendas donde normalmente compran sus productos de hogar”, lo que nos lleva a que esta necesidad no se está satisfaciendo y hay desaprovechamiento de oportunidades de negocio, por eso se busca fortalecer y satisfacer esta necesidad en la ciudad de Tunja, Boyacá.

Por otra parte, se encuentra como problemática del sector textil “la afectación en la calidad del agua de los medios receptores de vertimientos como quebradas, ríos y lagos”, (Bocanegra, 2019) lo que genera una contaminación grave en los recursos naturales debido a que la mezcla de materiales y químicos como lo son los pesticidas generan un daño en el ecosistema; por otra parte en la producción del

algodón orgánico se disminuye el impacto generativo que esta genera, gracias a que el proceso es de forma orgánica.

Algodón orgánico como innovación en el sector textil

Colombia cuenta con un gran potencial para la producción y fabricación de prendas de vestir a base de algodón orgánico, pero no se está aprovechando al máximo la comercialización de estas prendas debido a que no se han construido negocios que faciliten un acercamiento con el consumidor para adquirir este tipo de producto.

A continuación, se da a conocer alternativas de negocios que se han realizado en diferentes municipios en Colombia:

En el Tolima esperan volver a los tiempos de la siembra del algodón que hizo rico a ese departamento del sur del país, pero no lo quieren hacer de cualquier manera, ahora lideran una propuesta para sembrar y procesar esa planta de manera orgánica. La idea es que se produzcan prendas de vestir amigables con el medio ambiente y las cuales son apetecidas en Europa por la conciencia limpia que se ha desarrollado en esta parte del mundo. El mercado es inexplorado. Solo el 1 % del de las prendas que se producen en el mundo les apuntan a los textiles amigables con el medio ambiente. (SEMANA, 2014)

Por otra parte, en la Sierra Nevada de Santa Marta;

Productores de algodón ve con gran expectativa la producción de algodón orgánico ya que aparte de que este producto brinde muchos beneficios en su utilización es posible el sacar provecho del mismo debido a que puede ser utilizado como una opción rentable y favorable para el medio ambiente, adicionalmente “la FAO, desde 2017, trabaja en el proyecto +Algodón, liderado por Brasil referente mundial en la producción de algodón y que cubre cinco países de Suramérica (Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Paraguay). La producción, cooperación institucional con entidades como el Ministerio de

Agricultura y Agrosavia y apoyo a la cadena de valor del algodón (incluyendo asuntos como la comercialización) son los frentes a los que apunta esta iniciativa, según José Camelo, coordinador nacional de Algodón en Colombia (Medina, 2020).

Adicionalmente la Periodista María Alejandra informa que:

En Colombia, sin embargo, el mercado de algodón orgánico es prácticamente inexistente, no solo por la falta de cultivos con ese tipo de características, sino también de una cadena transporte, desmotadoras e hilanderías que esté en capacidad de cumplir con los estándares necesarios. Para confeccionar una prenda de algodón orgánico, entonces, habría que traer los materiales de países como Perú y Estados Unidos (Medina, 2020).

Sin embargo, en Colombia ya existe una productora de algodón orgánico llamada Proaltex S.A.S ubicada en Bogotá, esta empresa cuenta con la certificación Global Organic Textile Standard (GOTS), una de las certificaciones de más alta calidad en textiles orgánicos, y según Miller Muñoz, gerente general, piensa llegar diferentes ciudades de Colombia; es ahí donde se encuentra la posibilidad de crear nuevos negocios que comercialicen estas prendas de vestir orgánicas en la ciudad de Tunja,

Según entrevista realizada por Jader Silvera,

En Boyacá en la actualidad se encuentran iniciativas como la de las empresarias Camilla Villamil y María Fernanda Torres que se encargaron de darle vida al proyecto enfocado al uso de textiles fabricados a partir de botellas de plástico, algodón orgánico y algodón reciclado. Materiales que después de un proceso de diseño, confección y acabados se convierten en las camisetas con las que impulsan la cultura del 'sumercé' (EN SITONIA CON NUESTRA TIERRA, 2021) publicado en el municipio de Duitama.

Actualmente la responsabilidad social de las empresas está moldeando más y más la política de marcas y minoristas del sector textil y de la confección. A medida que las empresas comprenden cómo repercute la producción de algodón convencional en los agricultores y las comunidades agrícolas, comienzan a examinar algodones alternativos para servir a los consumidores y así mejorar su imagen; es ahí donde interviene el algodón orgánico como alternativa debido a que este material cuenta con diferentes beneficios tanto para los productores, medio ambiente y consumidores

Beneficios del algodón orgánico

Es necesario indagar sobre las bondades que ofrece al implementar algodón orgánico en el sector textil en la ciudad de Tunja, primeramente, el algodón orgánico es uno de los productos que cuentan con beneficios para el medio ambiente y la salud de las personas. Según estudios realizados, “el algodón convencional se utiliza más del 10% de los pesticidas del mundo y cerca del 25% de los insecticidas mundiales”. (CIENCIA ECO, 2011)

Los impactos que se generan a los productores son:

Libre de pesticidas, herbicidas y fertilizantes químicos, para el medio ambiente son: la ausencia de plaguicidas y el uso de algodón no modificados genéticamente (no transgénicos) permite un mayor respeto por los recursos naturales y el ecosistema, y para el consumidor: el uso de algodón orgánico evita alergias relacionadas con el uso indebido de productos químicos. La ausencia de residuos tóxicos, influye en que sea más suave y beneficiosa a la piel (Conciencia Eco, 2011).

Por último, en Boyacá ya existen planes de desarrollo que ayudan a fortalecer la construcción de estas iniciativas en pro del medio ambiente apoyadas por el ministerio de ambiente y desarrolladas por Corpoboyacá donde desarrollan

actividades encaminadas a potencializar el uso sostenible de los recursos en los sectores de bienes y servicios; Según la oficina de negocios verdes del ministerio de ambiente: “en el país hay 1.414 negocios de este tipo, los cuales han generado 21.053 empleos, adicional a esto, han logrado ventas de 525.854.126.899 de pesos donde Boyacá, Valle del Cauca, Santander y Norte de Santander son los principales” (Ministerio de Ambiente , 2019); esto nos quiere decir que en el departamento de Boyacá ya existe una iniciativa de crear negocios que ayuden al medio ambiente y esto nos da una respuesta positiva para seguir creando negocios verdes, a pesar de esto en Tunja aún no se están potencializando en el mercado estas iniciativas y esto hace que el comprador Tunjano no se acerque a un consumo responsable y se desaproveche estas oportunidades de negocio.

Empresas del Sector Textil en Tunja

Cabe resaltar que en Tunja hay 21 empresas manufactureras de prendas de vestir donde las principales son:

Centro integral de servicios hospitalarios EDUSCA S A S, Casa Maryovaxio S A S, Comercializadora Belier, Francesca Avenua SAS, Francesca Avenua, Group Pro S A, NOVITATE S A S, Creaciones Casa Gallo S A S, Confecciones Luhe SAS, Confecciones Paosol S A S y EME SPORTS COLOMBIA S A S (Informa Directorio de Empresas, 2021).

METODOLOGIA

Método de investigación.

El presente artículo es de reflexión cuenta con un tipo de investigación de tipo cuantitativo debido al método que fue realizado para obtener datos estadísticos e informativos que ayudaron en el análisis de diferentes variables de la encuesta aplicada a la población Tunjana, donde se realizó un muestreo de 149 personas, donde se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10% (Survey

Monkey, 2021); A su vez se tomó la población Tunjana según datos estadísticos pro el DANE, entre una población entre 15 y 64 años que equivale al 70,8% de la población, correspondiente a: $(172,548 \times 0,71)$ con un total de: 122,509.

Figura 1.
Indicadores demograficos

INFORMACIÓN PARA TODOS

Características de la población
Indicadores demográficos CNPV 2018 y CG 2005

INDICADORES DEMOGRÁFICOS	Colombia		Boyacá		Tunja	
	CNPV 2018	CG 2005	CNPV 2018	CG 2005	CNPV 2018	CG 2005
Porcentaje de hombres	48,8%	49,0%	49,2%	49,8%	47,2%	47,1%
Porcentaje de mujeres	51,2%	51,0%	50,8%	50,2%	52,8%	52,9%
Relación de masculinidad	95,5	96,2	97,0	99,1	89,3	89,0
Índice demográfico de dependencia (60+)	55,9	65,9	62,0	74,6	49,8	56,9
Índice demográfico de envejecimiento (60+)	58,7	29,2	71,5	36,7	54,9	24,2
Índice demográfico de dependencia (65+)	46,5	61,4	54,6	69,3	43,8	53,5
Índice demográfico de envejecimiento (65+)	40,4	20,5	50,9	27,0	36,0	16,9
Índice de Friz (IF)	115,7	153,6	118,3	167,1	107,4	150,3
Descripción IF	Población madura	Población madura	Población madura	Población joven	Población madura	Población madura
Relación niños mujer	25,6	36,8	25,3	39,7	22,0	30,4
Población entre 0 y 14 años (%)	22,6%	30,7%	22,3%	31,3%	21,5%	29,2%
Población entre 15 y 59 años (%)	64,1%	60,3%	61,7%	57,3%	66,7%	63,7%
Población mayor de 59 años (%)	13,3%	9,0%	16,0%	11,5%	11,8%	7,1%
Población entre 15 y 64 años (%)	68,3%	63,0%	66,3%	60,3%	70,8%	65,9%
Población mayor de 64 años (%)	9,1%	6,3%	11,4%	8,4%	7,7%	4,9%
Personas por hogar (promedio)	3,1	3,9	2,9	3,7	3,0	3,5

Fuente: DANE – CNPV 2018 – CG 2005

Fuente: Datos tomados de (DANE, 2021)

Primaria:

La información fue obtenida por medio de la herramienta Google Forms, donde se formularon doce preguntas enfocadas en las 4P de marketing (Gupta, 2012)

Por tal motivo esta investigación cuenta con un método descriptivo debido a que:

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (Meyer., 2006).

Por tal motivo esta investigación lo que busca es dar una descripción detallada sobre la viabilidad para poder manufacturar y comercializar prendas a base de algodón orgánico en Tunja, identificando por medio de conductas de consumo, actitudes, situaciones, costumbres, comportamiento del comercio manufacturero y la población Tunjana; respondiente a su vez los interrogantes que nos genera la investigación, entre ellos la viabilidad para empezar a vender prendas a base de dicho material anteriormente mencionado.

Secundaria:

La información obtenida se tomará por medio de bases de datos, proyectos, artículos de investigación ya desarrollados y terminados que en bases a sus estudios en algodón orgánico en el territorio Colombiano; también por medio de documentales, escritos y noticias desarrolladas a través de medios de comunicación que dan a conocer empresas que desarrollan su razón social y empresarial en el producción, comercialización y manufacturación a base de algodón orgánico; Esto con el fin de dar una conclusión por medio de resultados plasmados en la realidad e investigaciones ya desarrolladas.

RESULTADOS

Interés y conocimiento por parte del consumidor final

Se evalúa el interés y conocimiento que tienen los Tunjanos mediante encuesta respecto al algodón orgánico como implemento en las prendas de vestir, en el cual se tuvo en cuenta diferentes parámetros, tales como edad que fuese para mayores de 18 años y que se distinga el género (Masculino o Femenino).

Se realizaron encuestas a 149 personas ubicadas en la ciudad de Tunja, de las cuales el 79.9% fueron mujeres y el 20.1% hombres, esto debido a que la mayoría de población que reside en Tunja son mujeres como lo informa en el censo realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021) , cabe resaltar esta cifra ya que nos da a entender que para las textileras de Tunja el género a predominar en el consumo de dichas prendas son las mujeres. Por otra parte, la edad que predominó fue: mayores a 40 años con un 25.5% seguido de 21 a 25 años con un 24,8%.

Figura 2.

¿Le gustaría a usted encontrar en la ciudad de Tunja puntos de venta donde encuentre este tipo de prendas de vestir?

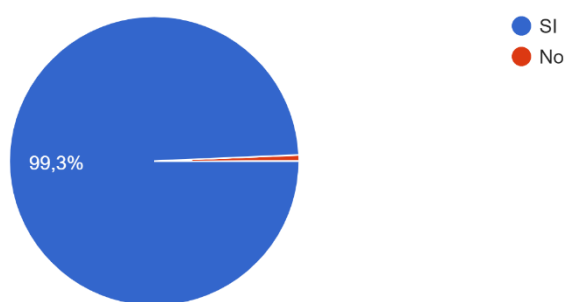
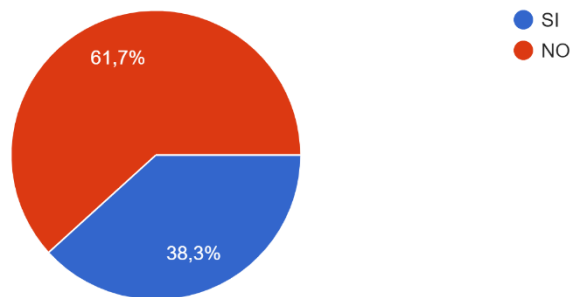


Figura 3.

¿Usted Conoce o ha escuchado de este tipo de prendas de vestir ecológicas específicamente a base de algodón orgánico?



En cuanto a las preferencias y conocimiento por parte de los tunjanos se destacó con el 99.3% (*Figura 2*) le gustaría encontrar este tipo de prendas de vestir a base de algodón en la ciudad de Tunja, a pesar de que un 38% de los encuestados (*Figura 3*) informaron no conocer o haber escuchado este tipo de prendas, de esta manera es importante destacar que a pesar de no tener conocimiento de las prendas de vestir a base del algodón orgánico los tunjanos quisieran conocer y adquirir este tipo de prenda de vestir lo cual genera que en las textileras abarque este tipo de producto.

Figura 4.

Si encuentra este producto con material a base de algodón orgánico. ¿Usted que esperarías de estas prendas?

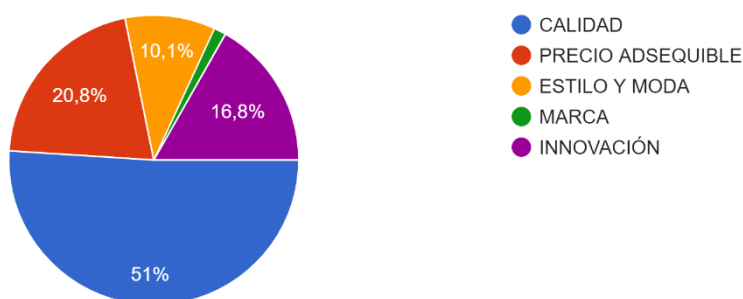
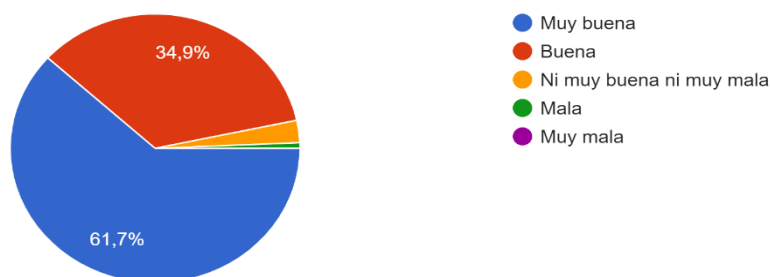


Figura 5.

¿Considera usted que la calidad de los productos amigables con el medio ambiente es?



Respecto a las expectativas del consumidor final se establecieron diferentes variables como: Calidad, precio asequible, marca e innovación, estilo y moda, donde la variable predominante para el consumidor final fue la calidad del producto al querer adquirirlo con el 51% como se observa en la (Figura 4) de la misma forma según la (Figura 5) se puede resaltar que las textileras de Tunja al querer manufacturar prendas de vestir a base de algodón orgánico lo que va a generar es una relación

en cuanto a calidad y medio ambiente lo que puede ocasionar un aumento en las ventas con este tipo de prendas sostenibles.

Figura 6.

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

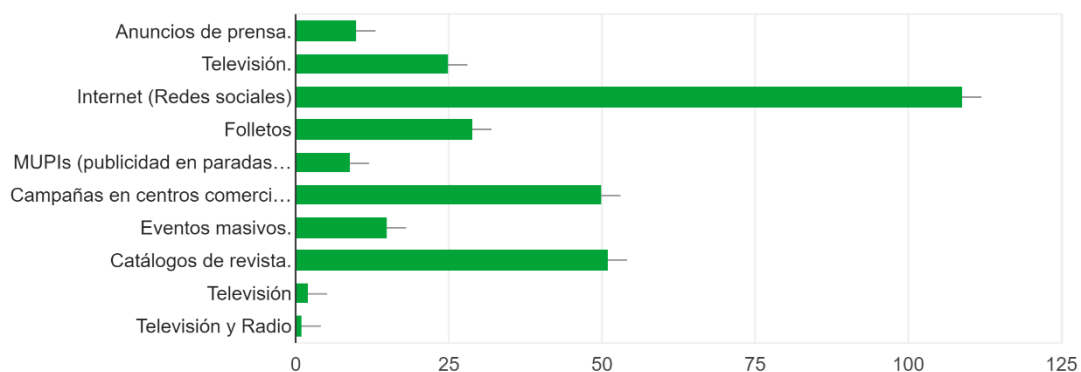


Figura 7.

¿Qué medio de preferencia tiene usted al momento de ir a adquirir una prenda de vestir?

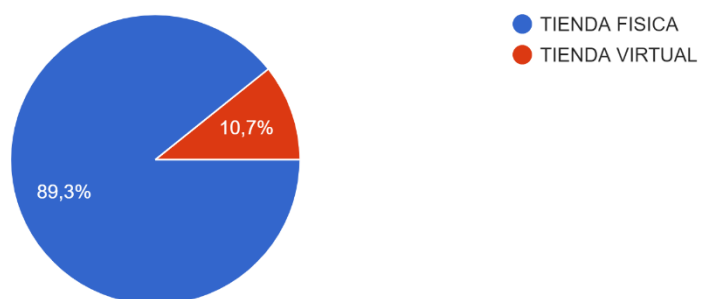
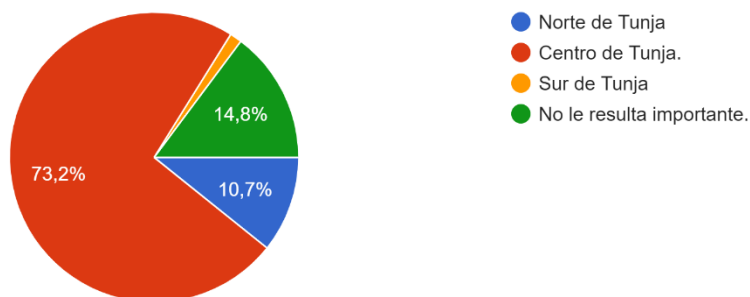


Figura 8.

En caso de encontrar una tienda física en la ciudad de Tunja de prendas de vestir a base de algodón orgánico, ¿En qué sector le gustaría que estuviera localizada?

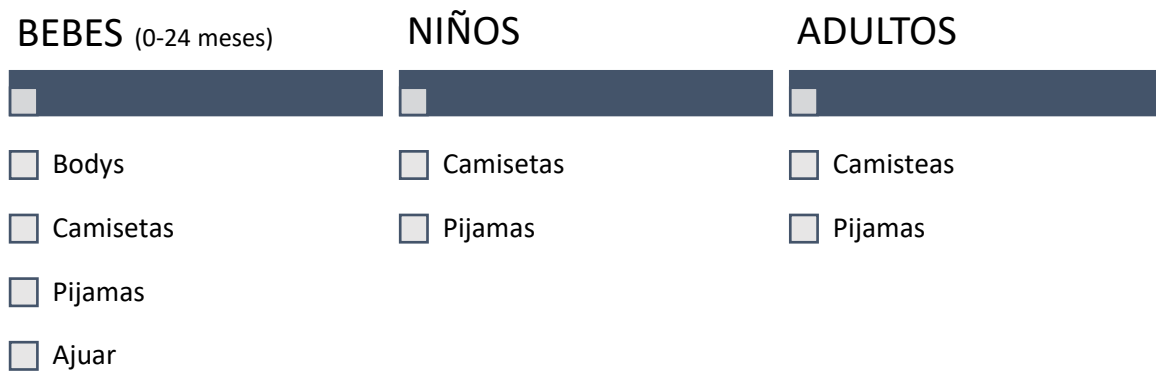


Por otra parte, al momento de recibir información un 73.2% de los encuestados (*Figura 6*) manifiesta que prefieren encontrar información a través de las redes sociales teniendo en cuenta que predomina la edad mayor a 40 años con un 25.5% lo cual da a entender que en la actualidad se está fortaleciendo la virtualidad al momento de dar a conocer diferentes productos y a su vez genera que las empresas disminuyan publicidad física como los son folletos, adicionalmente al querer encontrar prendas de esta categoría manifiesta que sea en tienda física específicamente en el centro de la ciudad; véase (*Figura 7 y 8*)

Finalmente, a continuación, en la *tabla 1*, se da a conocer las prendas de vestir que se puede realizar a base de algodón orgánico.

TABLA 1.

Prendas de Vestir a base de Algodón Orgánico



Fuente: Elaborado a partir de (Peñaflor-Guerra, 2016), (Huarote Cuadros, 2019), (Garayar Cabezas, Matos Guerra, Sanchez Martinez, & Chavez Cruz , 2018) y (Rivera, 2021)

Cada una de estas de estas prendas aparte de que ayudan al planeta en el momento de su elaboración pueden ser beneficiosas en los bebés, niños y adultos, ya que cuentan con tejido hipoalergénico.

CONCLUSIONES

Con respecto a las encuestas realizadas indican que los tunjanos quieren encontrar puntos de ventas con prendas de vestir a base de algodón orgánico, lo cual genera que la industria manufacturera indague sobre este producto e implemente innovación el mismo.

En la actualidad el cuidado del medio ambiente está tomando fuerza en las empresas, lo cual genera que se esté innovando en los productos, en este caso en el sector textil, por tal motivo las empresas manufactureras de Tunja deben implementar en sus líneas de producción, venta y comercialización las prendas de vestir a Base de algodón Orgánico, ya que el consumidor final está interesado en adquirir estas nuevas propuestas del mercado sostenibles con el planeta.

Según el resultado de los encuestados quienes fueron mayores de 18 años nos indica que están interesados en este tipo de prenda, de esta forma las textileras deben explotar este nicho de mercado, pues bien, las empresas conocidas en

Colombia solo se están enfocando en la producción para prendas de vestir de bebés.

Las empresas manufacturas de Tunja deben potencializar este tipo de prendas de vestir en el mercado ya que hay diferentes líneas de vestir en las que pueden abarcar y de esta manera conseguir una de las certificaciones más anheladas por las empresas algodonerías del mundo (GOTS) y para que de esta forma puedan alcanzar un estándar no solo nacional sino internacional.

En la ciudad de Tunja la industria manufacturera podría explorar posibles alianzas estratégicas con las pequeñas y medianas empresas de comercio de ropa y así de esta forma poder acercarse al consumidor final.

Referencias

Bocanegra, H. A. (2019). *RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES EN EL SECTOR TEXTIL*.

CIENCIA ECO. (15 de JUNIO de 2011). *LOS BENEFICIOS DEL ALGODÓN ECOLÓGICO*. Recuperado el 10 de 09 de 2021, de <https://www.concienciaeco.com/2011/06/26/los-beneficios-del-algodon-ecologico/>

Conciencia Eco. (20 de 06 de 2011). *Los beneficios del algodón ecológico*. . Obtenido de <https://www.concienciaeco.com/2011/06/26/los-beneficios-del-algodon-ecologico/>

CRUZ, M. D., CABEZAS, Z. G., GUERRA, A. M., & MARTINEZ, Y. L. (22 de 02 de 2018). *PIJAMAS DE ALGODÓN ORGÁNICO*. Recuperado el 11 de 09 de 2021, de UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3229/3/2018_Chavez-Cruz.pdf

DANE. (02 de 2021). *DANE INFORMACIÓN PARA TODOS*. Recuperado el 13 de 09 de 2021, de Características de la población: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/210209-InfoDane-Tunja-Boyaca.pdf>

EN SITONIA CON NUESTRA TIERRA. (22 de 04 de 2021). *Empresarias boyacenses crean marca de ropa con telas fabricadas a partir del reciclaje de botellas y algodón orgánico*. Recuperado el 13 de 09 de 2021, de <https://956fm.boyaca.gov.co/empresarias-boyacenses-crean-marca-de-ropa-con-telas-fabricadas-a-partir-del-reciclaje-de-botellas-y-algodon-organico/>

FENALCO. (10 de 10 de 2020). *El consumidor amigable con el medio ambiente*. (F. L. ANTIOQUIA, Ed.) Obtenido de Comercio, mercadeo y noticias: <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/el-consumidor-amigable-con-el-medio-ambiente-el-nuevo-reto-empresarial/>

Garayar Cabezas, Z., Matos Guerra, A., Sanchez Martinez, Y. L., & Chavez Cruz , M. D. (2018). *Universidad San Ignacio de Loyola*. Recuperado el 11 de 2021, de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3229/3/2018_Chavez-Cruz.pdf

Google formularios. (10 de 09 de 2021). *ENCUESTA AL CONSUMIDOR*. Recuperado el 18 de 09 de 2021, de ENCUESTA PARA CONOCER EL INTERÉS POR PARTE DEL CONSUMIDOR FINAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR A BASE DE ALGODÓN ORGÁNICO.: <https://forms.gle/ubS9Tt5fg6tM13HH8>

Gupta, R. (2012). *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*. Recuperado el 2021, de <https://www.iosrjournals.org/>

Huarote Cuadros, A. P. (2019). *Repositorio Institucional UTP*. Recuperado el 11 de 2021, de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2639>

Informa Directorio de Empresas. (13 de 11 de 2021). *Listados de empresas dedicadas a Confección de prendas de vestir. en TUNJA*. Recuperado el 13 de 11 de 2021, de https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/actividad/140_CONFECION-DE-PRENDAS-DE-VESTIR/localidad_tunja

Medina, M. A. (01 de 07 de 2020). *Periodico El Espectador*. Recuperado el 25 de 11 de 2021, de <https://www.elespectador.com/economia/la-apuesta-por-el-algodon-organico-en-colombia-article/>

Meyer., D. B. (12 de 09 de 2006). *Manual de técnicas de la investigación educacional*. Recuperado el 22 de 02 de 2021, de Noemágico: <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>

Ministerio de Ambiente . (14 de 03 de 2019). *Luna hoy informaciom, cultura y actualidad*. Obtenido de EMPRENDIMIENTOS VERDES CONQUITAN AL MERCADO COLOMBIANO : <https://www.lunahoychia.com.co/2019/03/14/emprendimientos-verdes-conquistan-al-mercado-colombiano/>

Nielsen. (30 de 01 de 2019). *LOS COMPRADORES SOSTENIBLES COMPRAN EL CAMBIO QUE QUIEREN VER EN EL MUNDO*. Recuperado el 13 de 06 de 2020, de <https://bit.ly/2l1BvIm>

Peñaflor-Guerra, R. (2016). *Red de repositorios Latinoamericanos* . Obtenido de <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2506859>

Rivera, A. B. (2021). *Pontificia Universidad Catolica del Ecuador*. Recuperado el 11 de 2021, de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3303/1/77458.pdf>

SEMANA. (29 de 08 de 2014). *Con algodón verde se quiere conquistar a Europa*. (R. Semana, Ed.) Obtenido de Colombia quiere certificación para producir prendas de vestir ecológicas.: <https://bit.ly/2QsbtYX>

Survey Monkey. (12 de 09 de 2021). *Calculadora del tamaño de muestra*. Obtenido de Aplicativos estadísticos: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Vanguardia liberal Bogotá. (21 de 05 de 2017). *Vanguardia*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/economia/negocios/los-nuevos-comportamientos-del-consumidor-FQVL398379>