

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS EFECTUADAS A CAUSA DE LA PANDEMIA  
COVID-19 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE LAS PYMES DE  
CONFECCIONES EN ANTIOQUIA**

**YURANY ANDREA ZAPATA ZAPATA  
OLMEDO ALEJANDRO AREIZA GRACIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**MEDELLÍN**

**2020**

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS EFECTUADAS A CAUSA DE LA PANDEMIA  
COVID-19 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE LAS PYMES DE  
CONFECCIONES EN ANTIOQUIA**

**YURANY ANDREA ZAPATA ZAPATA  
OLMEDO ALEJANDRO AREIZA GRACIA**

**Trabajo de grado presentado para el título de Comercio exterior y logística**

**Asesor**

**Marco Antonio Ruiz Correa**

**Magíster en Administración de la Universidad EAFIT, Especialista en Negocios  
Internacionales, Profesional en Negocios Internacionales y tecnólogo en Comercio  
Internacional**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**MEDELLÍN**

**2020**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

**Medellín, de octubre de 2020**

## **DEDICATORIA**

Inicialmente, es necesario dedicar este trabajo de grado a Dios, al creador de nuestras vidas y de este bello universo que nos dio como hogar

A cada uno de nuestros docentes, que durante estos años nos aportaron grandes enseñanzas como seres humanos y nos llenaron de conocimiento para nuestra formación como profesionales

A la Universidad Tecnológico de Antioquia, por darnos la oportunidad de pertenecer a esta magnífica institución, donde aprendimos el valor de la amistad, el amor a nuestras carreras y significado de la perseverancia, de que si luchamos diariamente por nuestros sueños los podemos cumplir y sobre todo por formarnos como profesionales íntegros

A nuestro asesor de prácticas, Marco Antonio Ruiz Correa, por ser el mejor asesor del tecnológico de Antioquia porque nos guio con su conocimiento nos impulsó con su motivación nos ayudó a culminar nuestra investigación con el arte de la perseverancia.

Y por último, y no menos importantes a todos nuestros amigos y compañeros que hicieron parte fundamental en el camino de nuestra formación como profesionales.

## **AGRADECIMIENTOS**

Principalmente nuestro agradecimiento es a Dios, por darnos el privilegio de la vida.

A nuestros padres que con su esfuerzo, lucha diaria por nuestras vidas, su perseverancia por querer lo mejor para nosotros por su apoyo incondicional y sobre todo por todo el amor que nos brindan diariamente. Gracias a ellos nos convertimos en profesionales

Le agradecemos a cada uno de nuestros docentes que nos forjaron durante estos años aportándonos grandes enseñanzas como seres humanos y nos llenaron de conocimiento para nuestra formación como profesionales

Un inmenso gracias a la Universidad Tecnológica de Antioquia por darnos la oportunidad de pertenecer a esta magnífica institución, y ser nuestro segundo hogar durante estos años, donde aprendimos el valor de la amistad, el amor a nuestras carreras y el significado de la perseverancia.

## **Contenido**

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN.....  | 8  |
| JUSTIFICACIÓN.....   | 9  |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....  | 11 |
| OBJETIVOS.....   | 15 |
| Objetivo general.....  | 15 |
| Objetivos específicos .....  | 15 |
| MARCO REFERENCIAL .....  | 15 |
| BASES CONCEPTUALES.....  | 21 |
| Pymes.....   | 21 |
| Características generales de las pymes .....   | 22 |
| Ventajas de ser reconocida como una Mipyme en Colombia.....  | 23 |
| Cantidad de pymes en Colombia .....  | 23 |
| Empresa textil y confecciones .....  | 24 |
| BASES LEGALES .....  | 25 |
| Ley 590 de 2000 (Ley Mipyme).....  | 25 |
| Ley 905 de 2004 (Reforma a la Ley Mipyme) .....  | 26 |
| Ley 1450 de 2011 (Ley del Plan de Desarrollo pyme 2010 - 2014).....  | 26 |
| Decreto 770 de 20202 (derechos de los trabajadores colombianos en medio de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19)..... | 26 |
| Decretos 500/20 de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) .....   | 27 |
| DISEÑO METODOLOGÍA.....  | 28 |
| Enfoque de la investigación.....   | 28 |
| Tipo de investigación.....   | 29 |
| Estrategia de búsqueda.....  | 29 |
| Población y muestra.....   | 30 |
| Variables intervinientes .....   | 31 |
| Instrumentos de recolección de datos .....   | 32 |
| BASES TEÓRICAS .....   | 35 |
| Las Pymes, en tiempos de pandemia .....  | 35 |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| La producción en el área de confecciones durante los tres trimestres .....       | 36                                   |
| Las estrategias de las pymes del sector de confección .....                      | 38                                   |
| Estrategias implementadas por el gobierno y pymes del sector de confección ..... | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Estrategias que pueden implementarse .....                                       | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| RESULTADOS Y HALLAZGOS .....   | 40                                   |
| Lista de chequeo .....   | 42                                   |
| Tabla 3. Matriz FODA.....  | 43                                   |
| Método de análisis e interpretación de los datos .....                           | 46                                   |
| CONCLUSIONES.....  | 51                                   |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....   | 56                                   |

## INTRODUCCIÓN

La crisis por la emergencia sanitaria generada por la pandemia puede ser una gran oportunidad para el sector de la producción textil dentro de las empresas de confección en Latinoamérica, pero sobre todo para Colombia que en los últimos años ha logrado posicionarse dentro de los mercados competitivos internacionales gracias a la colaboración de diferentes tratados internacionales como el TLC y la Alianza del Pacífico con el apoyo de las grandes potencias económicas como lo los Estados Unidos de Norteamérica. Tal y como anunció el portal (ccca.com.co 2020), varias empresas estadounidenses ya han establecido contacto con fábricas colombianas para adquirir sus confecciones en Denim y Tejido de Punto, especialmente. Esta apertura de mercados, ¿podría ser una oportunidad para reactivar nuestra fuerza productora, impulsar nuestra industria y crear nuevos empleos? El Gobierno Nacional debe considerar este escenario mundial, implementar aranceles y medidas cautelares fuertes a las importaciones asiáticas y africanas, y proyectar nuestra mano de obra textil y confeccionista al mundo.

Según los vacíos de información encontrados, y con referencia a lo anterior, la misma, amerita de organizaciones y empresarios comprometidos con el desarrollo de la economía que está siendo afectada por la presencia de la pandemia Covid-19 desde diciembre del 2019 hasta ahora, destacando que, toda empresa debe ser emprendedora para poder adaptarse a los cambios en todos los aspectos. Por tal razón las empresas dedicadas a las confecciones, y sus trabajadores se encuentran hoy en día comprometidos con la responsabilidad de generar un pequeño aporte a la estabilidad económica no solo del departamento de Antioquia, si no del país en su totalidad, siendo un ejemplo a seguir por



otras pequeñas y medianas empresas que están luchando por sobre vivir en medio de tanta tención. Por lo que, se plantea el uso de estrategias tecnológicas que permita desarrollar las nuevas tecnologías TIC, que a su vez son parte de un nuevo paradigma emergente, que promueve la construcción de una práctica digital a través de la web con múltiples usos y que puedan ser aprovechados por las empresas para profundizar y fortalecer su desarrollo productivo con el apoyo de las mipymes.

El presente estudio se encuentra estructurado de la siguiente manera, primeramente la justificación e importancia de la investigación, planteamiento del problema y objetivos general y específicos, luego se presenta el marco referencial con las bases conceptuales y legales que involucran el desarrollo del estudio para su fundamentación y argumentación en cada aspecto. La metodología que desarrolla aspectos como, enfoque y tipo de investigación, población, técnicas y variables del estudio, conclusiones y hallazgos para finalizar con las recomendaciones

## **JUSTIFICACIÓN**

Antioquia se caracteriza por su industria textil y sobre todo por la confección, siendo uno de los tres departamentos más solidificados en el área de confecciones sin embargo durante los últimos años el sector de confecciones ha venido decayendo, ya que, con la libre entrada de mercancía textil a Colombia, afecto lentamente durante los años 2016 y 2017 a las pymes de confecciones de Antioquia.

En efecto, solo en junio la producción real del renglón hilatura, tejeduría y productos textiles registró una caída de 19%, frente al mismo mes de 2016, mientras en confecciones

el declive fue de 13%, con su consecuente efecto sobre el empleo que se redujo, según el Dane, 8,8% y 5,3%, respectivamente. (Dinero, 2017).

Sin embargo, el 2018 llegó con un nuevo aire y con la nueva fuerza para afrontar los difíciles retos que trajeron el 2016 y 2017. El aumento también se registró en las ventas externas de confecciones, que mostraron un alza de 6%, respecto al 2017. En ese panorama, Estados Unidos es clave, pues es uno de los países que más le compra a esos dos segmentos.

(Portafolio, 2020) establece que,

En el 2017 tuvo una baja producción en confección, los empresarios buscaron diferentes maneras para poder salir a flote. En cuanto a producción, el sector de textiles creció 2,1 por ciento entre enero y mayo de 2018, frente al mismo periodo del año anterior. Las confecciones crecieron 1,7 por ciento. En ventas, el crecimiento en lo corrido del año para textiles es de 3,9 por ciento y para confecciones de 0,6 por ciento. De acuerdo con los cálculos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el segmento de confecciones es el que más aportó a la cifra de ventas al exterior, con US\$178,8 millones.

Sin embargo, a finales del 2019 se implementó una estrategia de aranceles para proteger el mercado de confecciones y textil nacional, debido a la importación a Colombia de mercancía textil de África y Asia, no duró mucho tiempo la protección nacional debido a que Analdex impuso una demanda para tumbar dicho decreto y en medio de la disputa llegó un nuevo problema llamado Covid-19 a Colombia y. En Antioquia, la situación sería peor. El vocero de la Cámara de la Confección vaticinó que de las 25.000 empresas que tiene el sector, 7.500 desaparecerán por la actual situación. (Mercado, 2020).

Por lo tanto, esta investigación llevará a Observar las estrategias elaboradas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia, para determinar los retos y oportunidades que enfrentan las pymes de confección debido a. El cierre de los establecimientos de comercio, la caída de las ventas y la profundización de una crisis que ya avanzaba desde antes de la pandemia, tienen a los empresarios del sector moda en Medellín haciendo cuentas para evitar la bancarrota. (Betancur, 2020).

Por las consideraciones anteriores, esto revela, la situación actual que se está enfrentando las pymes de confección, debido a la no protección del mercado nacional y crisis por la pandemia del Covid-19. Después de varios meses de acumular pérdidas, voceros del sector piden medidas urgentes para ponerle freno a las alarmantes cifras de mortalidad empresarial y desempleo. (Betancur 2020).

En relación con este último, el principal objetivo de esta investigación es entender las estrategias implementadas para el desarrollo de la producción de confección en cuanto a los retos y oportunidades de las pymes Antioqueñas.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La presencia en el año 2020 del Covid-19 proyecta al cambio, y se debe hacer de forma apresurada, ya que es una realidad lo que se está viviendo, debido a que esta pandemia está transformando instantáneamente el aspecto económico desde el punto de vista empresarial, el hecho de que la paralización de casi todas las actividades empresariales a nivel mundial, resulta ser una situación muy preocupante para muchos, hay familias de bajos recursos que deben trabajar para los que llevar alimentos al hogar, tomando importancia el uso de la

tecnología o conectividad, como herramientas o materiales que necesitan las empresas para promocionarse o para las ventas en estos tiempos de cambios radicales. Es complicado pensar que el mundo anterior a esta crisis, fuera un mundo estable en lo económico y organizacional. El Covid- 19 arroja al gran desafío y los grandes debates en materia económica y empresarial, para buscar salidas y salir de la crisis que estamos viviendo; se trata de pensar o replantear el futuro de la civilización que está al borde del colapso.

Es importante resaltar que, para empezar a buscar salidas, deben intervenir de forma unida diferentes entes gubernamentales de la mano con las grandes corporaciones empresariales, que confronten positivamente el gran desafío o encrucijada que este año proporciona la devastadora pandemia, nos enfrentamos a nuevos dilemas políticos, éticos, económicos, repensar la crisis económica global, nacional y local. De esta crisis se puede generar una justicia social y económica, si se transforma la globalización actual en una más justa, basada en la solidaridad, como vínculo empresarial.

Sin embargo, en relación al ámbito empresarial, el inicio de este año 2020 no fue muy convincente para los confeccionistas del sector textil ya que a principios del año se estableció un panorama dividido por la Cámara Colombiana de la Confección y Afines (Cccya) y Analdex, en el cual la Corte Constitucional tumbó los aranceles a textiles incluidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 (PND). El decreto 1419 reglamentaba los artículos 274 y 275 del PND, que entró en vigor en agosto de 2019. La normativa establecía un aumento del 15 % al 37,9 % para las importaciones de los artículos de vestuario cuando su precio fuera inferior o igual a US\$20 por kilo y para los elementos que superaran ese precio habría un arancel del 10 % según el valor de la mercancía: más de US\$3 por kilo. (Carreño, 2020)

En este sentido, la proyección de (Cccya) era negar la entrada de prendas de vestir a Colombia provenientes de países como África y Asia debido a que el costo de mano de obra en dichos países es inferior al costo de mano de obra de Colombia, a lo que nos llevaba a tener una competencia desleal e imposible de competir con los precios. Las afectaciones estarían en la generación de empleo. El sector textil-confección genera cerca de 1'600.000 puestos de trabajo, que se verían afectados por la masiva importación de prendas de vestir de países con los que Colombia no tiene acuerdos comerciales. (Carreño, 2020).

Hecha la observación anterior, en medio de la disputa de imponer aranceles para proteger el mercado nacional del sector textil y confecciones y el sin sabor de las pymes por el fallo de la corte constitucional, y el riesgo de producción de las pymes de confección por la competencia desleal y precios imposibles de competir, llegó un nuevo problema que venía de continente en continente afectando drásticamente a cada país que llegaba, y a principios del año 2020 tocó las puertas de Colombia enfrentándonos a un nuevo problema a nivel mundial del cual no se sabía nada, ni se tiene las herramientas para poder defendernos de esa amenaza mortal, que es el Covid-19. Precizando de una vez, (Betancur, 2020), establece que,

Solo en Medellín, nosotros estimamos que se ha perdido cerca de un 25 o 28 por ciento del empleo que se generaba en el sector, lo que es bastante crítico y alarmante. Una apertura del comercio con aforos del 30 por ciento no alcanza a cubrir todo el tren de gastos que tienen las empresas, como nómina, arriendo, servicios públicos, créditos bancarios y el pago de impuestos.

De acuerdo a los planteamientos que se han venido realizando, se observa un panorama realmente alarmante, en el área de confecciones que ya venía seriamente afectado y con la

llegada de la pandemia a Antioquia, región la cual se caracteriza por su industria de textil y confecciones, dio un giro de producción y generación de empleo diaria, a quedar en pausa productiva y comercial por las restricciones del Covid-19. Y aunque esta nueva medida a causa de la pandemia generó una nueva oferta de producción textil cabe resaltar que no todas las pymes de textiles y confección pueden entrar hacer lo mismo.

En este mismo orden y dirección, frente a la oportunidad que se le abre a este sector empresarial de vincularse a la elaboración de elementos de protección, como tapabocas y prendas de vestir para atender la demanda de clínicas, hospitales y el renglón de la salud, en general, y de esta forma paliar un poco su situación, sí lo están haciendo, pero que esto solo cubre al 10 por ciento de las firmas. (El Tiempo, 2020).

Cabe agregar que, aunque la producción en estos artículos es un salvavidas para algunas empresas que están formalmente registradas y sin el 100% de la producción habitual, quedan en un estado incierto las pymes textiles y los confeccionistas informales. El 75 por ciento de este sector son informales, por lo que hay unas 200.000 unidades productivas entre famiempresas o pequeños talleres, que no tienen ninguna posibilidad de recuperarse en este momento. (Mercado, 2020).

Con referencia a lo anterior, el sector de las confecciones es, como tantos otros en el país, un importante generador de empleo con más de 1,6 millones de trabajadores, de los cuales el 74,2 por ciento son informales, según un estudio de la Universidad de los Andes. (El Tiempo, 2020).

Después de investigar la situación actual que enfrenta el país en el sector textil y confección surge la duda de ¿cuáles son las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción en las pymes de confección en Antioquia?

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Analizar las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia.

### **Objetivos específicos**

- ❖ Diagnosticar la producción en el área de confecciones durante los tres trimestres recorridos del año 2020 en Antioquia
- ❖ Determinar datos porcentuales de desempleo en las pymes de confecciones en Antioquia a causa del Covid-19 en Antioquia.
- ❖ Determinar las estrategias de las pymes del sector de confección para promover los procesos de producción en medio de la pandemia Covid-19

## **MARCO REFERENCIAL**

El presente apartado, es parte relevante de la investigación, ya que con ella el investigador puede formar diferentes conceptos y teorías sobre el tema de investigación donde va construyendo las diferentes posiciones teóricas y conceptuales, la cual ayudara a proporcionar el estado de conocimiento que orientará al estudio a través de su construcción.

Hoy en día, existen una gran cantidad de información e investigaciones sobre la importancia del sector de confecciones de Antioquia para el comercio nacional e internacional de Colombia, la economía antioqueña durante décadas estuvo caracterizada por lo grandes aportes que realizó la ganadería, la agricultura y la industria textilera, siendo esta última una impulsora para el desarrollo de serie de pymes que, a su vez, fueron grandes generadoras de alto mercado laboral no sólo en el departamento sino en la ciudad, lo cual fue un referente para caracterizar la región como una zona con un alto desarrollo industrial

en Colombia y con grandes aportes al Producto Interno Bruto  $\pm$ PIB. (Pardo L, y Montoya C 2017)

El afán de la región antioqueña por fortalecer el desarrollo y fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa, ve la necesidad de dar origen y potencializar la estrategia Cluster, ello con el fin de generar una nueva metodología de trabajo asociado que permitiera una mayor agrupación empresarial del sector textil, con el firme propósito de lograr mayor competitividad y desarrollo industrial. La Responsabilidad Social Empresarial, debe ser comprendida por las pymes del sector textil como ese conjunto de valores al igual que las conductas que le son propias de acuerdo a su actividad económica, las cuales le han de proporcionar un posicionamiento mejor frente a su grupo de interés. (Pardo L, y Montoya C 2017)

Un aspecto a destacar es, el referente en el que se ha convertido Medellín por desarrollar eventos de talla mundial como ha sido Colombia Moda, actividad que se ha caracterizado por concentrar a grandes empresarios del sector textil tanto a nivel local como mundial, lo que ha permitido que muchas compañías puedan trabajar de manera conjunta y cooperativa con el firme propósito de fortalecerse como compañías de talla mundial que buscan apertura económica para la región y el país (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2016). A pesar de la crisis que ha vivido el sector textil en la ciudad de Medellín, se han formulado estrategias como la asociatividad de dicho sector, con el firme propósito generar acciones que permitieran el desarrollo de este tipo de industria. Dicha estrategia de asociatividad es conocida con el nombre de Cluster y su objetivo principal se fundamenta en permitir apertura comercial y mayor competitividad, situación que se analiza a continuación.



Desde el punto de vista investigativo, no existen estudios relacionados de forma directa con el tema seleccionado, solo artículos en portales web de noticias sobre tan impórtate tema. Lo que se tiene claro es, el cambio que se ha logrado en el aspecto económico del país y la calidad de vida de los trabajadores dentro del ámbito empresarial, organizacional y estabilidad laboral. Al enfocar los procesos de producción en las pymes de confecciones dentro del sector textil en tiempo de una pandemia, se debe visualizar automáticamente la palabra “cambio” ya que debemos dejar de ver las alternativas o estrategias relacionadas con la innovación y el uso de las TIC, como una alternativa y pasar a verla como una necesidad, para que las empresas textiles puedan seguir impactando de forma positiva y emprendedora en la sociedad que hoy en día tanto lo necesita.

Ese planteamiento que anteriormente se manifestó, el del cambio, se debe hacer de forma apresurada, ya que es una realidad lo que se está viviendo, debido a que esta pandemia nos está transformando instantáneamente, el hecho de que la paralización de la economía, a provocando que una gran cantidad de trabajadores sean enviados a sus casas por protección como una norma de seguridad, resulta ser una situación muy preocupante para muchos, hay familias de bajos recursos que ameritan llevar alimentos al hogar. Es complicado pensar que el mundo anterior a esta crisis, fuera un mundo estable en lo económico y social. El Covid 19 nos arroja al gran desafío y los grandes debates sociales: para buscar salidas, para salir de la crisis; se trata de pensar o replantear el futuro de la civilización que está al borde del colapso.

Dentro de los logros alcanzados en los últimos 6 años, se encuentran del Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América sufragado mediante el Decreto 993 del 15 de mayo de 2012 sin embargo, se posee poca información acerca del aprovechamiento del TLC en el sector. El mismo, se enfrenta a la

entrada al país de nuevos competidores y productos sustitutos, adicional que las marcas locales aún siguen en posicionamiento pero lentamente frente al posicionamiento de marcas extranjeras.

Aun el sector textil en Antioquia continúa representado con Cundinamarca como los principales departamentos que dinamizan el sector, pero se deben realizar esfuerzos por crear clústeres robustos en el mismo gremio y lograr obtener ventajas competitivas en la adquisición de insumos, canales de comercialización y fortalecimiento de las exportaciones. El sector debe tener unas políticas claras para toda la cadena de producción y comercialización y tener un gerenciamiento macro y micro administrativo que de manera transversal se integre con el desarrollo e investigación en el sector educativo y el apoyo de Gobierno para el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa. (Babativa A, Celis C, Duque D, 2013)

De cualquier manera, el comportamiento que ha presentado el sector se ha visto influenciado en su mayoría por las pymes, quienes el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) (2015) define como “El grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 2 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV”; quienes dentro del comercio internacional reflejan una alta contribución a la generación de empleo, siendo esta de alrededor del 80,8% y por tanto al fortalecimiento del desarrollo económico. (Díaz Suesca, M. A., & Quiroga Mariño, C. 2018). Por tal razón es importante tener en cuenta el comportamiento sectorial de las pymes, el cual según la Gran Encuesta Pyme a nivel nacional que fue realizada a una muestra de 1.793 empresarios, permitió conocer que cerca del 30% de las pymes corresponde al sector industrial, dentro del cual el 64% son empresas pequeñas y el 36% empresas medianas, mientras que el 33% hace parte del sector de comercio y el otro 36% al de servicios (ANIF, 2017).

Sin embargo, a pesar de los planteamientos hechos, antes de la aparición del Covid -19, la empresa de confecciones presentó una tendencia creciente en su producción. Entre los productos confeccionados están las franelas, chemises o polos, camisas, como los principales productos con mayor venta en la región, cuya importancia radica en el mayor valor agregado que presenta. Asimismo, el incremento en la producción ha llevado a una mayor utilización de su capacidad instalada, confección y producción artículos en serie, además de adaptar y personalizar el producto de acuerdo al cliente y sus requerimientos en un cien por ciento, (100%).

De este modo, existe entonces un gran potencial de desarrollo en la empresa de confecciones en Antioquia, ya que se han convertido a pesar de la crisis económica que atraviesa la región, en un frente de producción importantes del mercado perteneciente a los departamentos vecinos que son beneficiados, considerando la necesidad de desarrollar nuevas formas productivas y empresariales que las impulsen y las vuelvan competitivas y sobre todo emprendedoras en el entorno que se les presenta en la actualidad en tiempos de Covid. Cabe agregar, que de no tomarse en cuenta estos aspectos, la oportunidad creada no será aprovechada y los clientes simplemente buscarán nuevos canales que les permitan satisfacer sus expectativas y probablemente descarten a los proveedores que no respalden sus objetivos de competitividad global, es decir, serán desplazados.

Por lo que, se plantea el uso de estrategias tecnológicas que permita desarrollar las nuevas tecnologías TIC, que a su vez son parte de un nuevo paradigma emergente, que promueve la construcción de una práctica digital a través de la web con múltiples. La articulación en la forma específica que cada país asuma la dinámica económica de digitalización que favorezca el aumento de la intensidad del uso de estos insumos tecnológicos (Daniel, 1998). Otro escenario, sobre cómo utilizar las TIC como alternativa

para el empresario. Es interesante utilizar a Colombia como un caso práctico para resaltar las dificultades y oportunidades que surgen a la hora de emprender cuando cada día surgen nuevas y pequeñas empresas de confección o textiles informales, por lo que la mayoría de los empresarios apuestan por la fabricación de productos de muy buena calidad, y que a través de las redes sociales puedan encontrar una gran oportunidad para vender y expandir el negocio, a través del comercio vía on line. Según estos planteamientos las TIC pueden ser una alternativa de emprendimiento para el empresario, ya que propone un medio de comunicación por medio del uso del internet muy utilizado y que puede ser manejado por las empresas, para fines comerciales, con la finalidad de obtener una mejor captación de clientes y elevar los niveles de venta al menos costo.

La innovación debe ser comprendida como esa capacidad que deben tener las pymes del sector textil, en introducir un nuevo proceso o procedimiento para la generación de un bien o servicio, logrando con ello la existencia de un proceso innovador generador de nuevo conocimiento para el desarrollo organizacional, fundamentado en una nueva tecnología que permita el fortalecimiento de cada uno de los procesos que se desarrollan el interior de la compañía con el fin de lograr un mejor posicionamiento y mayor competitividad corporativa (Pardo L, y Montoya C 2017).

Segundo la inestabilidad financiera, pues teniendo en cuenta los cambios ocasionados por la reforma se produjo un aumento del precio del comercio, lo que a su vez repercute en el consumo que las personas puedan generar sobre los productos textiles y sobre el comportamiento mismo de la balanza comercial, pues los colombianos ya no tendrán la posibilidad de producir las mismas cantidades y de exportar como lo venían haciendo; esto de acuerdo con la incertidumbre política americana que amenazó con disminuir el nivel de

importaciones que en ese año correspondía al 34% del total de las ventas del sector y con generar mayor volatilidad de cambio en el sector (Cámara de comercio de Bogotá, 2017).

En conclusión, es importante resaltar el papel que juega Colombia dentro de la participación en políticas comerciales y el efecto que ha tenido las relaciones con países potencias como lo es los EEUU y Canadá, justificado a través del acelerado crecimiento económico en los últimos años. Su participación ha sido efectiva y ha logrado estar entre los países que han logrado superar barreras debido al compromiso y la dedicación a pesar de los efectos del conflicto que hoy por hoy vive la población. Colombia a pesar de ser un país en desarrollo, aún requiere del establecimiento de mecanismos que fortalezcan, los sectores productivos, la infraestructura, el sector empresarial en el aspecto textil, el sector tecnológico, el capital humano, el sector de las telecomunicaciones, entre otros, todo esto con el fin de ser un país suficientemente competitivo frente a Estados Unidos y evitar que los sectores económicos nacionales se vean afectados en las relaciones comerciales con este país, demostrando al continente que puede levantarse en medio de las dificultades que se le presenten garantizando la libre y leal competencia en las relaciones comerciales a nivel nacional e internacional.

## **BASES CONCEPTUALES**

### **Pymes**

Se entiende por Pymes o Pymes (acrónimo de Pequeñas y Medianas Empresas), a las organizaciones con fines de lucro, es decir, emprendedora, que operan de manera independiente y poseen alta predominancia en el mercado, pero sin formar parte de los grandes capitales que lo dirigen. Dichos límites son, claro está, fijados de manera convencional por las jurisdicciones de los distintos países. Las distinciones entre pequeñas, medianas y grandes empresas tienen que ver con la cantidad de personal que contratan, con

la masa monetaria que manejan y con el segmento de participación en el mercado local que les corresponde.

Las Pyme juegan un rol vital en las economías de los distintos países, usualmente empleando a casi un 70% de los trabajadores privados de países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Esto se debe a que su tamaño y volumen de ventas les permite, entre otras cosas: ofrecer productos personalizados en lugar de estandarizados masivamente, como las grandes cadenas empresariales; son subcontratadas por empresas mayores para realizar trabajos que ocuparían mucho de su personal de planta; así como, permiten el surgimiento de formas de organización alternativas, como las cooperativas, que exigen un número pequeño de integrantes. (Raffino M. 2020).

### **Características generales de las pymes**

Se puede decir, que todas las pequeñas y medianas empresas, tienen casi siempre las mismas características, por lo tanto las pymes cuentan con las siguientes: el capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad; los propios dueños dirigen la marcha de la empresa, su administración es empírica; el número de trabajadores empleados crece y va hasta 250 personas; utiliza más máquinas y equipo, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional; y su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo. (Gonzalez L. 2002).

## **Ventajas de ser reconocida como una Mipyme en Colombia**

Para impulsar el crecimiento de este segmento empresarial, el gobierno ha diseñado diferentes mecanismos de apoyo que solo se pueden otorgar a las empresas que cumplen con los criterios establecidos por la Ley Mipyme. Entre los más importantes se encuentran: Líneas de crédito preferentes para capital de trabajo, adquisición de activos productivos e inversión. Bancóldex es la Banca de Desarrollo del Gobierno colombiano y tiene a su cargo el diseño de líneas de créditos preferentes, en términos de tasa de interés y plazos de pago para que las Mipymes financien su capital de trabajo o adquieran activos productivos. El acceso a estos recursos se realiza a través de los bancos comerciales, solo con solicitar las líneas de crédito Mipyme de Bancoldex.

Cabe resaltar que gracias a su conocimiento de la realidad de las Mipymes, Bancolombia cuenta con líneas de crédito y herramientas financieras especiales para las pymes. Como lo son: Garantías para facilitar el acceso a créditos, el Fondo Nacional de Garantías cuenta con una herramienta que garantiza un porcentaje del crédito solicitado ante la banca comercial de tal manera que los empresarios logren el monto que requieren, así no cuenten con las garantías exigidas por la entidad financiera.

Otra iniciativa en la que se benefician las Mipymes es el Programa de Transformación Productiva -PTP-, el programa Más Productiva y Mipyme digital, que lidera el Ministerio de las TIC.

## **Cantidad de pymes en Colombia**

En Colombia a las pequeñas empresas, también se les conoce como Mipyme, según los datos de Confecámaras, que agrupa a todas las cámaras de comercio del país, existen aproximadamente 1.500.000 micro, pequeñas y medianas empresas en el Registro Único

Empresarial -RUES-. Esta cifra incluye a personas naturales y a personas jurídicas. Esta clasificación se realiza, por lo general, con base en el valor de los activos reportados por las empresas. (Grupobancolombia.com 2020).

La Encuesta Anual Manufacturera nos permite valorar la incidencia de la MIPYME en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social. (Grupobancolombia.com 2020).

La distribución geográfica de las unidades, establece que la PYME en términos generales sigue la misma tendencia del total de la industria manufacturera y reúne prácticamente el 70% en los cuatro (4) principales centros productivos: Cundinamarca– Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico.

### **Empresa textil y confecciones**

Las empresas dedicadas a la confecciones, permiten ser bastante atractivas, y que además es son generadoras constante de dineros para el país, por términos de exportaciones, ya que Colombia tiene una amplia tradición de país con un comportamiento textilero muy bueno. Así mismo el mercado local, es atractivo, tanto así que existen diferentes organizaciones que llegan al país a invertir directamente, mostrándose como una buena oportunidad de negocio. La cadena textil y de confecciones, siempre ha estado profundamente relacionada, razón por la cual, el país es competitivo en ambos ámbitos. (Grupobancolombia.com 2020).



## **BASES LEGALES**

La fundamentación legal se relaciona con los medios que permiten cimentar el estudio desde el punto de vista del ordenamiento jurídico Colombiano. En tal sentido, se debe tener en cuenta diversas normativas que en torno a las micro, pequeñas y medianas empresas, que en Colombia están vigentes a la fecha, así como también, los decretos que respaldan a las Mipymes del país y a sus trabajadores. Y las normativas que en cuanto a lo laboral fueron expedidos debido al covid-19.

Es importante resaltar, lo que el portal del grupo Bancolombia, establece en su artículo “Conoce todo sobre las pymes en Colombia”, refiriéndose a las normativas de las Mipymes, quien dice que fueron legalmente reconocidas en Colombia en el año 2000, lo que generó una serie de investigaciones y estudios que permitieron entender mejor los retos que enfrentan en su proceso de crecimiento. Y allí especifica la Ley 590/20, la ley 905/2004 y la Ley 1450 de 2011. A continuación se describen algunos artículos:

### **Ley 590 de 2000 (Ley Mipyme)**

Es la normativa que definió los criterios de clasificación de micro, pequeña y mediana empresa. Además, creó las instancias del orden nacional y regional que tendrían responsabilidad con el seguimiento de la actividad Mipyme, así como la presentación de iniciativas en su beneficio. Es por ello que, en su texto inicial del artículo 2º indica las “Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales, rurales o urbanas”.

### **Ley 905 de 2004 (Reforma a la Ley Mipyme)**

Por medio de la cual, se ajustó el valor de activos para las pequeñas y las medianas empresas y se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Y que en su Artículo 18°, antes artículo 34 de la Ley 590 de 2000 quedará así: Préstamos e inversiones destinados a las Mipymes.

### **Ley 1450 de 2011 (Ley del Plan de Desarrollo pyme 2010 - 2014)**

Por medio de la cual, se incorporó el criterio de ventas para precisar la clasificación como Mipyme y que en su Artículo 1°. Se refiere a la “prosperidad para Todos, que se expide por medio de la presente ley, tiene como objetivo consolidar la seguridad con la meta de alcanzar la paz, dar un gran salto de progreso social, lograr un dinamismo económico regional que permita desarrollo sostenible y crecimiento sostenido, más empleo formal menor pobreza y en definitiva, mayor prosperidad para toda la población”.

### **Decreto 770 de 2020 (derechos de los trabajadores colombianos en medio de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19)**

El gobierno presenta medidas para proteger derechos de los trabajadores durante pandemia, según el decreto, la jornada laboral podrá distribuirse en cuatro días de la semana, con jornada máxima de trabajo diario de 12 horas. El Gobierno Nacional presentó esta semana las nuevas medidas, contenidas en el Decreto 770, para proteger los derechos de los trabajadores colombianos en medio de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 que ya ha dejado en el país más de 35.000 contagios. Mediante el Decreto 770, se crearon los programas de apoyo al pago de prima de servicios de junio por \$220.000 para cada

beneficiario y auxilio de \$160.000 para trabajadores con suspensión contractual. Mediante el Decreto 770 de 2020, se han promovido y adoptado nuevas medidas absolutamente protectoras de los derechos de los trabajadores colombianos durante la emergencia sanitaria. Se mejoran los Mecanismo de Protección al Cesante, las medidas alternativas para jornadas laborales, prima de servicios, programa de Apoyo a para el Pago de la Prima de Servicios (PAP) y Auxilio para trabajadores en suspensión contractual.

(dapre.presidencia.gov.co 2020)

### **Decretos 500/20 de la OIT (Organización Internacional del Trabajo)**

Para la protección eficaz de la salud de los trabajadores en los lugares de trabajo y poder reforzar las medidas de prevención y control del riesgo el portal de (OIT) en su artículo “Seguridad y salud en el trabajo frente a la pandemia”, especifica la creación de La Mesa virtual convocada por dicha organización con el objetivo principal de analizar y dialogar entre decisores de políticas y representantes de los empleadores y de los trabajadores sobre el papel clave de la seguridad y salud laboral durante la crisis sanitaria y de cara a la futura reactivación productiva y recuperación económica. A nivel específico, la Mesa busca conocer y discutir algunas de las medidas adoptadas por los actores tripartitos para proteger la salud de los trabajadores durante la pandemia, con especial énfasis en los colectivos más vulnerables al contagio.

## **DISEÑO METODOLOGÍA**

### **Enfoque de la investigación**

Para efectos de la investigación sobre, analizar las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia., se visualiza la modalidad de investigación cualitativa. En las investigaciones cualitativas, son muchos los enfoques y modalidades, que nacen de ella, destacando en este apartado, la etnografía, hermenéutica, etnometodología, la investigación acción participativa, entre otras. Es por ello, se abordó elementos que conciernen a la investigación cualitativa, pues permitiendo al lector comprender su importancia y enfoque de acuerdo al ejercicio investigativo en diferentes contextos y situaciones en las que se pueden aplicar alguna metodología cualitativa.

Seguidamente se tiene que, una investigación cualitativa según (Hernández et al, 2016), cuando se responden las preguntas de investigación y se prueban las hipótesis a través de la recopilación y el análisis de datos. Según estos autores, a partir de una idea inicial se plantean las preguntas de investigación, de ellas se derivan las hipótesis y las variables de estudio para luego definir un plan que permitirá realizar su comprobación, luego se miden las variables en un contexto determinado, se analizan los resultados obtenidos a partir de lo cual se establecen las conclusiones de la investigación. Los autores establecen que, usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, definición que aplica pues se recolectará información que posteriormente será sometida a tratamiento estadístico. En el aspecto cualitativo el estudio busca conocer y develar el sentido de una

situación específica, como es analizar las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia.

### **Tipo de investigación**

Para el desarrollo de este estudio se utilizó la metodología denominada revisión documental y descriptiva. Se desarrolló en tres fases, búsqueda de estudios de investigación, selección y análisis. Se llevó a cabo la búsqueda en documentos bibliográficos, en revistas y artículos en línea en las siguientes bases de datos: portales de noticias web, Sholar, SciELO - Biblioteca electrónica científica en línea. En español y en inglés. El tipo de estudio que se utilizó en la presente investigación fue el documental y descriptivo, que es aquel que procura brindar una buena percepción del funcionamiento de un fenómeno y de las maneras en que se comportan los factores o elementos que lo componen. Los estudios descriptivos llegan finalmente a conclusiones generales construidas por medio de abstracciones, que dan cuenta de los hechos observados.

Por otra parte, los estudios descriptivos pueden llegar a colocar de manifiesto nuevos problemas y preguntas de investigación, generalmente los trabajos que se plantean objetivos de nivel descriptivo no parten de hipótesis explícitas pero sí de preguntas de investigación que actúan como herramientas orientadoras de todo el proceso investigativo y de redacción del informe. (Hernández Fernández y Batista 2014).

### **Estrategia de búsqueda**

Las palabras clave que se incluyeron para la búsqueda fueron: la pandemia Covid-19, procesos de producción, las pymes de confecciones, desempleo en las pymes de confecciones, estrategias de las pymes del sector de confección y procesos de producción, estrategias de producción.

Se revisó desde el año 2020 los ultimo tres trimestres los trabajos investigativos sobre, analizar las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia, la producción en el área de confecciones durante los tres trimestres recorridos del año 2020 en Antioquia, la variación porcentual de desempleo en las pymes de confecciones en Antioquia a causa del Covid-19 en Antioquia y las estrategias de las pymes del sector de confección para promover los procesos de producción en medio de la pandemia Covid-19. Se encontraron inicialmente 10 artículos, de los cuáles los 10 se refieren al impacto causado por el Covid en las pymes de producción Colombia.

Se presentan las características de las 10 publicaciones seleccionadas, contemplando aspectos como título, año autores, país, y revista en línea. El país donde se realizaron las investigaciones es Colombia. La búsqueda arrojó un total de 5 publicaciones relacionadas directamente con el estudio, quedando demostrado los vacíos de información existentes sobre el tema en estudio.

### **Población y muestra**

La población objeto de una investigación como el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de una investigación. (Arias, F 2006). Atendiendo esta definición, la población a la cual va dirigida esta investigación está conformada por la población interviniente dentro del desarrollo del proyecto, lo que conformara una población de 1 empresa Fabricato, en la cual participaron los dos gerentes de producción vía internet por medio de la página web de la empresa y su número de contacto telefónico por medio de Facebook. Se aplicó un instrumento de observación directa que fue respondido por ellos vía WhatsApp. Esto a causa de la

emergencia sanitaria Covid -19. Esta empresa es una asociación de confecciones ubicada en Antioquia que fue afectada por la presencia de la crisis sanitaria Covid- 19 en los procesos de producción, conformado por la totalidad de dos empresas correspondiente al 100% de la población interviniente que participara en el desarrollo del estudio y que aportan la información necesaria para la complementación de la presente investigación obtenidos a lo largo de su experiencia como productoras en el área de confección y textil.

**Muestra:** Por otro lado, según (Balestrini 2006), la muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población; para la investigación, se tratará de una muestra no probabilística, definición que parafraseando a (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), es aquella seleccionada por el investigador de acuerdo a su criterio. En consecuencia, se tomarán como informantes los gerentes del área de producción, los cuales respondieron un instrumento de observación directa lista de cotejo, representando el cien por ciento (100%) de los integrantes de la población, ya que es una muestra pequeña y finita se puede tomar la totalidad de la población.

### **Variables intervinientes**

Dependiente: El mejoramiento en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia a través de estrategias.

Independiente: la implementación de las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19. En este proceso el área económica del sector de confecciones, se visiona como un pilar para la ejecución de estrategias, en donde la implementación de nuevas habilidades juega un papel importante en realizar procesos de vinculación o incorporación, procesos de formación y desarrollo acordes al desempeño productivo y ventas en las empresas textiles.

Intervinientes: respuesta del sector de confecciones frente al El mejoramiento en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia a través de estrategia.

### **Instrumentos de recolección de datos**

En el presente trabajo de investigación, se implementará un instrumento de recolección de datos descriptivo, que proporcionaran la información necesaria para la continuidad del avance de la investigación. Para la selección de las técnicas y de los instrumentos a utilizar en este proceso de investigación se partió de las características del enfoque seleccionado, además, se tomaron en cuenta las características y objetivos a desarrollar como lo sugiere, la selección de las técnicas más apropiadas para la recolección de datos en la investigación cualitativa es un proceso de toma de decisiones que debe considerar, entre otros, las condiciones o requerimientos paradigmáticos generales, la personalidad de la investigadora o del investigador, el problema o pregunta generadora por investigar, el método o métodos, las y los sujetos actuantes, el tiempo y los recursos.” (Gurdián-Fernández, 2007, pág. 56)

Se empleó la técnica de observación, entendiendo que la observación es Explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan. Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan (Hernández Fernández y Batista 2014), con el fin de diagnosticar cómo se analizarán las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia evaluaciones e interpretaciones, con una naturaleza objetiva, pero con un corte subjetivo ya que su elaboración depende del estilo del investigador y de la intención de uso.



La Observación: Es uno de los métodos de conocimiento más importantes y de mayor uso en la investigación a desarrollar, dado que puede obtener gran parte de la información requerida, analizarla y cumplir con los objetivos específicos para llegar al objetivo final. En este caso sería una observación indirecta con el único propósito de recoger la información necesaria en el método de trabajo e información aportada por la página web portales de noticias en Colombia y las PYMES Colombia, y esta será consignada en los informes a realizar. Se observarán las necesidades desde las estrategias para el proceso de producción en las empresas de confecciones en Antioquia en las plantas de productos textiles, con el fin de recolectar datos para el desarrollo de actividades para el diseño de la investigación documental.

Documentos Existentes: Los documentos referentes a la recolección de la información, están dados por la matriz Foda, con información aportada vía portales web, y reflejada por medio de la observación directa por medio de la lista de chequeo, a fin de tener un estado del arte de la problemática actual. Adicionalmente, es necesario realizar el levantamiento de datos de los procesos relacionados con toda el área de producción, de tal manera que se identifique de manera puntual todos los hitos que puedan de una u otra manera generar retrasos en los procesos.

Tales resultados, constituirán el andamiaje para la elaboración de una matriz FODA, es decir, la identificación de los factores internos (debilidades y fortalezas de la empresa) y externos (amenazas y oportunidades del entorno), inmersos en la problemática detectada, cuyo análisis permitirá determinar la pertinencia de la propuesta sobre las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia.

Finalmente, el arqueo bibliográfico, considerado como, la revisión general de una serie de fuentes de información en torno a un tema en principio general, pero que se tiene una idea de algo específico, y que se espera definir a lo largo de esta búsqueda llamada arqueo. (Balestrini 2009). Se refiere a que con el arqueo se ve cuáles son las posibilidades de delimitar un tema "objeto de estudio", para leerlo, ampliar e informar, obtener mayor conocimiento, o en la necesidad de realizar una investigación específica determinada.

Tomando en cuenta que el uso de las redes sociales, como plataformas de enseñanza y aprendizaje, que permiten a los docentes y estudiantes interactuar mediante la asignación de actividades educativas. Por medio de estas plataformas tecnológicas de apoyo a la educación, es posible diseñar, implementar instrumentos educativos que estén disponibles por medio de Internet, y que permiten cursar, gestionar, administrar o evaluar las actividades educativas asignadas por los docentes. Es importante mencionar, que en esta actualidad (pandemia-coronavirus) son muchas las universidades que están utilizando esta plataforma tecnológica, por ser gratis y fácil de utilizar tanto para los estudiantes para la búsqueda y selección de información confiable directamente de los involucrados a través el uso de encuestas y entrevistas de acuerdo a lo señalados en los proyectos investigativos. En consecuencia, se tomarán como informantes dos entrevistados gerentes de la 2 empresa a través de la página de Facebook de la empresa sometida a estudio, quienes dieron su consentimiento a través de una invitación por mensaje a través de Facebook para luego estar en contacto a través de WhssApp, para participar y colaborara con el desarrollo del instrumento, por ello se trató de solo una pequeña parte representativa de los seleccionados como muestra.

## **BASES TEÓRICAS**

### **Las Pymes, en tiempos de pandemia**

Con la aparición a nivel mundial del Covid-19, las naciones o países desarrollados en materia económica y empresarial afectadas por el mismo, hicieron un alto en el camino y la actividad del comercio nacional e internacional, viéndose totalmente disminuida en los primeros días llegando casi a cero para evitar la propagación de la enfermedad, donde se debe mirar si efectivamente la empresas de confecciones o textil se encuentra preparada para enfrentar la nueva economía y con la llegada de la actual crisis y la lucha constante por lograr una ventaja competitiva ante los demás oferentes de este tipo de servicios, volviéndose más difícil porque los clientes y consumidores requieren mayores valores agregados, donde ellos tienen la posibilidad de elegir los proveedores que suplan dichas necesidades entre ellos menor tiempo de respuesta y precio competitivo.

Es aquí donde las pymes juegan un rol fundamental entre los segmentos empresariales más afectados por la pandemia. Estas empresas tienen un papel clave en la provisión de productos y servicios esenciales para la población durante la crisis. Los principales impactos sobre las pymes según (Cañete N, 2020) tienen que ver con:

- ❖ Una reducción de la demanda (nacional e internacional) y por ende de sus ingresos, dificultad para acceder a insumos importados,
- ❖ Reducción o falta de mano de obra, difícil acceso a financiamiento y procesos productivos que no están ajustados para ser operados de manera remota o automatizada.

Estos impactos difieren según el sector. Para el sector textil, puede verse más afectado por el menor acceso a insumos importados o la falta de mano de obra. La posibilidad de operar a través de teletrabajo es más accesible para algunas empresas de servicios (por ejemplo las de tecnología), mientras que para los sectores más tradicionales esto puede resultar sumamente difícil o imposible. (Cañete N, 2020). Según estimaciones recientes de la ONU, la industria textil será una de las más afectadas por el efecto del Coronavirus alrededor del mundo. Solamente en Europa, ya se cuantifican pérdidas por encima de los 538.000.000 de dólares, seguido por mercados como el de Vietnam, Turquía y Hong Kong. (Cámara Colombiana de Confección. 2020)

### **La producción en el área de confecciones durante los tres trimestres**

Las empresas textiles, se encuentran dedicadas al ramo de la confección, integrada la misma, a lo largo del proceso productivo, convirtiéndose en una ventaja competitiva en tiempos de crisis, junto a la calidad de las fibras utilizadas para la confección de las prendas que se elaboran al menor precio y que se encuentren al alcance en costos de los consumidores, tomando en consideración los actuales momentos de crisis derivada de la pandemia Covid-19 que atraviesa el país, que afecta directamente el aspecto económico y social. Influyendo de forma negativa en la generación y permanencia del empleo para muchos colombianos que trabajan dentro de este ámbito empresarial. (McKinsey y Company 2009).

Con referencia a lo anterior, la misma, amerita de organizaciones y empresarios comprometidos para apoyar las pymes y con el desarrollo de la economía que está siendo afectada por la emergencia sanitaria en este 2020, destacando que toda empresa debe ser emprendedora para poder adaptarse a los cambios en todos los aspectos. Por tal razón las

empresas de confección ubicadas en Antioquia Colombia, y sus trabajadores se encuentran hoy en día implicados con el compromiso de generar un pequeño aporte a la estabilidad económica no solo de la región, si no del país en su totalidad, siendo un ejemplo a seguir por otras pequeñas y medianas empresas que están luchando por sobre vivir en medio de la crisis Covid-19.

Las exportaciones del sector estaban en crecimiento antes de la aparición del covid-19, a una tasa muy superior al crecimiento del mercado global. En relación a la presencia del Covid-19, ha traído como consecuencias a nivel mundial, paradas de producción de telas, firmas importantes en la manufactura textil tuvieron que anunciar la suspensión de desfiles y otras actividades. En París, Francia, en pleno Fashion Week (Semana de la Moda), se vieron los efectos que este potente virus ha ocasionado, por lo que firmas como Chanel suspendieron desfiles planeados para China en mayo, moviéndolos a Londres. Otro caso es el de Giorgio Armani, que celebró desfile a puerta cerrada y temporalmente decidió cerrar todas sus fábricas en Italia. (Virgilio L. González, PhD 2020)

En efecto, es imposible ignorar los profundos efectos que está teniendo y tendrá la pandemia del coronavirus sobre la economía mundial que afecta directamente la población y la calidad de vida y la sociedad. Son innegables las dificultades que nos esperan los próximos meses, pues el trabajo de muchos se ha visto interrumpido por la presente situación. Sabemos que las crisis – sea el coronavirus, el cambio climático o cualquier otro desastre – afectan desproporcionadamente a las minorías y a aquellos en posición de vulnerabilidad.

A este último grupo pertenece la gran mayoría de la gente que elabora prendas de vestir y hace ropa, ya que carecen de asistencia médica adecuada y de licencia paga por

enfermedad. Cuando alzamos nuestra voz para responsabilizar a las grandes empresas, nos volvemos parte de un cambio que dará lugar a un mundo más justo.

En el contexto de nuestro país el tema resulta profundamente acuciante. A julio del año pasado, la industria reportaba US\$528,3 millones por valor de exportaciones de acuerdo con ProColombia y se consolidaba en mercados como el estadounidense, mexicano y peruano. La industria de la moda representa globalmente un pedestal para la economía y para países en desarrollo como Colombia, un motor fundamental para el crecimiento. Se sabe que solo en nuestro país, la industria contribuye con el 9.6% al PIB nacional. (Cámara Colombiana de Confección. 2020), esto demuestra el acelerado crecimiento de la empresa textil y de confección en Colombia antes de la aparición de la emergencia sanitaria que ha afectado todos los aspectos sociales, educacional económico y empresarial a nivel nacional.

No obstante, en todo el país, se están presenciando cierres masivos de talleres y fábricas, clausuras ocasionadas por la situación de sanidad o por la disminución de demanda y materia prima. Este fenómeno impacta profundamente a trabajadores y trabajadoras, quienes ya adolecían de condiciones laborales poco dignas y que ahora se enfrentan a despidos sin indemnización o licencias no remuneradas.

### **Las estrategias de las pymes del sector de confección**

En Colombia, el sector textil y de confecciones ha sido uno de los más resistentes y pujantes, el cual se ha reinventado ante el impacto del Covid-19 y afrontado la actual coyuntura como uno de los más importantes para la industria nacional dado su impacto en áreas como empleo, consumo interno y exportaciones. Esto pues de acuerdo con datos de la Cámara Colombiana de Confecciones y Afines, el sector genera cerca de 550.000 puestos de trabajo, lo que da cuenta de su alcance para el país. Uno de los ejemplos de lo que ha

sido la resistencia en tiempos de pandemia ha sido Confecorte, uno de los proveedores textiles con mayor tradición para el Grupo Éxito pues hace 29 años trabajan con ellos y, a pesar del impacto de la pandemia, ha asumido la situación con firmeza, protegiendo a sus colaboradores e innovador en el negocio. (Analitik V, 2020). Sin embargo, la aparición de la pandemia obligó a Confecorte a transformarse y, con el propósito de no detener el empleo en su empresa se reenfocaron a la producción de mascarillas o tapabocas, con cerca de 600.000 que elaboraron entre abril y mayo para incursionar en esta área.

De cara a esta situación, la industria colombiana ha empezado a transformar sus dinámicas para proteger la vida y la salud de sus trabajadores y trabajadoras: trasladando cuando es posible las operaciones de talleres a viviendas, cerrando las puertas de sus fábricas y redoblando las medidas de higiene y protección. Sin embargo, las empresas medianas y pequeñas piden auxilios al gobierno nacional, medidas que puedan aliviar la crisis y que les permitan seguir generando empleo. Entidades como la Cámara Colombiana de la Confección y Afines (CCCyA) lideran esta iniciativa y le piden al estado colombiano implementar algunas medidas que puedan ayudar a salvaguardar la industria; un paquete de disposiciones que van desde la disminución tributaria para los artículos textiles hasta la imposición arancelaria a productos importados. (Cámara Colombiana de Confección. 2020)

Sabemos que esto implicará un esfuerzo gigante por parte de los empresarios, un gesto que parece imposible en plena crisis; pero esta coyuntura puede convertirse en un momento bisagra: la oportunidad de modificar las prácticas que por años han violentado sistemáticamente los derechos de las trabajadoras y trabajadores de la industria y han conmocionado el medio ambiente. Solo así será posible lograr ser un sector sostenible y renovar la mirada de los consumidores, quienes definitivamente verán con otros ojos al fenómeno de la moda cuando esta contingencia finalice.

## **RESULTADOS Y HALLAZGOS**

En la primera sección de este capítulo titulada: Diagnosticar la producción actual en el área de confecciones durante los tres trimestres recorridos del año 2020 en Antioquia, se arrojaron como resultados 7 ítems en el análisis del cuadro de observación directa referidos a la producción en el área de confecciones durante los tres trimestres recorridos del año 2020 en Antioquia SI se enfrentó la reducción del personal que labora en el área de producción y se redujo la producción en las confección y textiles dentro de las empresas, por lo tanto, las empresas se encuentra hoy en día en la búsqueda de consumidores y proveedores que tengan buenas posibilidades de convertirse en clientes de la empresa para futuras ventas, muchos clientes se han visto afectados por aspectos económicos y sociales que han influido de forma negativa en las compras, y que los ha obligado a salir del mercado bajando el área de producción y distribución.

La textilera Fabricato terminó el primer semestre de este año en un entorno complejo no solo por el deteriorado ambiente para los negocios en general, por cuenta del coronavirus y las decisiones para mitigar su impacto, sino por la puja que hubo entre los miembros de la junta directiva que terminó con la salida de cinco de ellos y del presidente de la compañía (Ferney C 2020.). Deben existir programas de fortalecimiento y desarrollo empresarial a través de la participación de las mipymes que adelantan las diferentes cámaras de comercio del país. En ellos, los micros, pequeños y medianos empresarios pueden también acceder a convocatorias para implementar sistemas de innovación, mejorar su productividad, y acceder a procesos de mentoría, entre otros. (Raffino M. 2020).

En relación a los programas de apoyo, las empresas deben estar al margen del cumplimiento entre deberes y derechos empresariales para ser apoyados en momentos de



fuerte transiciones como el que se vive hoy en día por el covid-19. Programas de apoyo al crecimiento y la innovación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó iNNpalsa Colombia, una iniciativa que gestiona los diferentes programas de apoyo para las mipymes y diseña convocatorias para otorgar recursos a los empresarios y los emprendedores que desean crecer. Entre los programas que ejecuta iNNpalsa está Aldea, diseñado para apoyar el crecimiento, brindando acceso a capacitación, mentoría y redes de negocios, entre otros.

En este orden de ideas, los empleados y trabajadores deben estar totalmente protegidos con el cumplimiento de las normativas legales y decretos dictados por la OIT, sobre el Covid y para la protección del empleo, formando parte de la investigación, ya que son una pieza clave para concretar los alcances y aumentos de la calidad dentro del área de producción, para luego puntualizar la negociación, pactando forma y tiempos de entrega. Sin embargo, en relación a los procedimientos de producción, las empresas distribuidoras de productos de confección textil hoy en día, no realiza un seguimiento al cliente para asegurar su satisfacción y, por tanto, no logra aumentar la posibilidad de que vuelva a comprar o que recomiende el producto o servicio a otros consumidores. Mientras que se debe fortalecer el uso de las TIC, para el área de producción como una alternativa de innovación para incrementar la producción y por ende las ventas vía internet. Ver cuadro: Guion de observación directa a continuación:

**Tabla N 2. Dimensión:** Producción en el área de confecciones durante los tres trimestres recorridos del año 2020 en Antioquia

## Lista de chequeo

| Elementos observacionales         |  | Reducción y o pérdidas de producción  |           | Protección del trabajador   |           | programas de apoyo para las mipymes   |           | Información epidemiológica  |           | Procedimientos de producción  |           | las TIC   |           | Herramientas innovadoras de producción   |  | Observaciones                           |  |
|-----------------------------------|--|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|--|--|---|--|
| Empresas de confecciones Colombia |  | Deteriorado ambiente para los negocios en general, por cuenta del coronavirus y las decisiones para mitigar su impacto mejorar la distribución y producción |           | Prácticas confección a través de talleres con el uso de las TIC, procesos de producción, preparando tecnológicamente al sector de confecciones a través de complementos de taza con miras al mercado nacional e |           | Promoción de emprendimientos: Este eje busca fortalecer los procesos de asociatividad, la capacidad técnica y los servicios que faciliten el desarrollo de iniciativas empresariales enfocadas en las apuestas y vocaciones productivas del departamento. |           | La empresa cuenta con toda la información epidemiológica para la higiene y seguridad del trabajador |           | L presentan Problemas para la realización del proceso de compra y envío de insumos. |           | Programa de Transformación Productiva -PTP-, el programa Más Productiva y Mipyme digital, que lidera el Ministerio de las TIC |           | Invertir en investigación e innovación, si bien pueden aprovecharse rápidamente de innovaciones ajenas |  | Representación<br>Cumple: 4 ponderación |  |
| Evaluación                        |  | Cumple  | No cumple | Cumple  | No cumple | Cumple  | No cumple | Cumple  | No cumple | Cumple  | No cumple | Cumple  | No cumple |  |  |   |  |
| Producción                        |  | X   |           |   | X         | X   |           | X   |           | X   |           | X   |           | X  |  |   |  |

Fuente: departamento de producción La textilera Fabricato: (2020).

En el desarrollo de la segunda fase de la investigación se describe el nivel de desempleo en las pymes de confecciones en Antioquia a causa del Covid-19 en Antioquia y su impacto en la producción, donde prevalecen factores que influyen de forma negativa como lo es la baja producción dentro del sector de confecciones, canales deficientes de comunicación por lo que se plantea el uso de las TIC como estrategias de cambios e innovadora, atendiendo a las necesidades de la población, a través de la aplicación y el desarrollo de una matriz Foda, fundamentada teóricamente a necesidades detectadas por el área de producción de las dos

empresas sometidas a estudio a través de la observación directa. La elaboración del diagnóstico la cadena de abastecimiento y suministro en las pymes de confecciones en Antioquia a causa del Covid-19 en Antioquia a con el fin de determinar cada uno de los problemas que los afecta y su posible solución, que permitan realizar el modelo, se presenta mediante la matriz FODA siguiente.

**Tabla 3. Matriz FODA**

| FORTALEZAS  | DEBILIDADES  |
|---|--|
| Medios tecnológicos para dar a conocer los productos dentro del sector de confecciones                                    | En su gran mayoría este sector de confecciones no cuenta con planes de emergencia sanitaria para enfrentar la pandemia                     |
| El sector de confecciones desarrolla Compra centralizada favorece disminución de precios por efecto de economía de escala | Canales ineficientes de comunicación interna   |
| Las empresas de confección de Antioquia cuentan con información epidemiológica suficiente y confiable.                    | Dificultad para la consolidación de necesidades, no se cuenta con la programación de herramientas y estrategias con el área de confección. |
| Empresas con alto grado de experiencia del recurso humano.  | Las empresas de confección debido a la pandemia covid-19 presentan Problemas para la realización del proceso de compra y envío de insumos. |
| OPORTUNIDADES   | AMENAZAS   |
| El sector de confecciones empresariales debe Enriquecer la cartera de proveedores y normativas que les regulan            | Impacto negativo que genera Desempleo por el Covid- 19   |
| Concentración de población en determinadas regiones   | Sevtor de confecciones con la baja de producción y mano de obra calificada   |

Adaptado por: los autores (2020)

El diagnóstico FODA reafirma que, el problema que enfrenta Colombia acerca de la área de producción que primeramente ha sido afectada por los despidos del personal calificado para trabajo en el área de confecciones en Antioquia, esto a cauda de la

emergencia sanitaria Covid-19 que trabajo consigo una serie de consecuencias a nivel empresarial como lo es la cuarentena que condijo a una gran cantidad de trabajadores quedarse en cas por razones de prevención y conservar la salud. Esto trae consigo otras consecuencias entre las cuales se encuentran deficiente calidad de la atención, uso ineficiente de los recursos financieros para la distribución de los productos de confección e inequidades en el acceso mercancías importada y exportada a nivel nacional e internacional por parte de las empresas de distribución y el estado, y la inadecuada planificación para la obtención de los mismos. Donde no se cumplen a cabalidad con los lineamientos y normativas legales que amparan estas actividades en pro a la mejora de la calidad de vida de la población y sobre todo de los más necesitados.

En la actualidad el sector de confecciones, fue incrementándose con los años, las pequeñas y medianas empresas realizan sus procesos de manera empírica y uno de los principales problemas en estos establecimientos es la inadecuada planificación en el proceso de abastecimiento que no tiene una coordinación previa para realizar compras y estos ser almacenados, surgiendo así problemas en la orden de pedidos, y el desorden debido a la inadecuada recepción, almacenaje y despacho de los productos.

Por otro lado, son muy pocas las empresas que cuentan con un plan maestro de proveedores. Uno de los principales aspectos que se deben cubrir en el plan maestro de proveedores, es la notificación de los despachos por parte del proveedor, de manera que la empresa tenga la preparación adecuada para recibir los recursos de mercancías entrantes, esto a con el fin de evitar recibir las mercancías a ciegas, es decir, esto implica que no existe un método de aviso de los despachos por parte del proveedor, y que la empresa en muchos casos se enteraba de lo que iba a recibir en el momento en el que llegaba un

vehículo hasta sus instalaciones con la notificación de que tenía una mercancía destinada para él. (Mora Luis Aníbal 2012).

Seguramente, se encuentra la falta de concientización y preparación del personal acerca de la importancia del cumplimiento de las normativas de emergencia sanitaria y cumplir con lo establecido por lo OIT en tiempos de Covid 19 para poder protegernos y proteger la economía del país. Así mismo el personal de las empresas de confección en Antioquia, debe ser continuamente capacitado para llegar a cabo y cumplir con las normas de bioseguridad y de esta manera prevenir paradas de planta de producción dentro del sector empresarial.

Partiendo de las consideraciones anteriores, la información para la elaboración de la matriz se obtuvo aplicando las técnicas de la observación a través del instrumento observación directa, lista de chequeo, la cual fue representada a través de la matriz FODA. Se hace oportuno aclarar, que en virtud de entender que la realización del proyecto se afianza en el conocimiento de las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia., se resalta la consideración de aprovechar las oportunidades para consolidar las ventajas derivadas de las fortalezas, atacar los puntos débiles identificados y prepararse para las amenazas que se estiman con alta probabilidad de ocurrencia. Así, de la elaboración de la anterior tabla, surgen entonces las estrategias para enfrentar las amenazas y disminuir las debilidades, como se describe en las siguientes líneas. Cómo enfrentar las debilidades a través de las fortalezas:

- ❖ La deficiencia en los sistemas de información puede enfrentarse aprovechando la vasta experiencia del recurso humano involucrado para afinar los procesos de registro y consulta oportuna de los datos relevantes al proceso mediante jornadas de

adiestramiento focalizadas y de generación de documentos y observaciones para el desarrollo de nuevas plataformas de apoyo a la gestión de suministro.

- ❖ Los problemas derivados de la dificultad para la consolidación de necesidades pueden ser solventado haciendo uso de la información epidemiológica a tiempo y con la proyección adecuada.
- ❖ La existencia de canales ineficientes de comunicación interna puede solventarse recurriendo a la experiencia y actitud del recurso humano involucrado para crear pautas llamadas a favorecer la concreción oportuna de los objetivos específicos.

Hoy por hoy, la automatización, la disminución de tiempo, la calidad, la optimización de procesos, la reingeniería, entre otros, son muchos de los conceptos necesarios para todas las empresas, dado que la competencia, el mercado y la sociedad en general se mueven en un mismo sentido hacia estas tendencias, obligando a los empresarios a una innovación constante en la forma de realizar sus actividades diarias.

### **Método de análisis e interpretación de los datos**

Se presentará la aplicación como instrumentos de recolección de los datos, la observación directa y la matriz Foda, donde se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación. Según Hevia (2001). Se reúne los principales resultados obtenido a través de la realización del análisis de las estrategias realizadas a causa de la pandemia Covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia. Después de haber obtenido los datos producto de la aplicación de los instrumentos de la investigación, se procederá a codificarlos, tabularlos y utilizar la información a los efectos de su interpretación que permite la elaboración y presentación de tablas y gráficas estadísticas que refleje los resultados.

## **Determinar las estrategias de las pymes del sector de confección para promover los procesos de producción en medio de la pandemia Covid-19**

Para mitigar el impacto del covid-19 sobre las empresas de confección del país, Fenalco celebró el anuncio y reitero a los confeccionistas de Colombia su intención “de trabajar conjuntamente en el desarrollo de líneas de negocio que promuevan la producción nacional de confecciones, sin recurrir al aumento de los aranceles”, afirmó Jaime Alberto Cabal, presidente de la Federación Nacional de Comerciantes quien destacó la importancia de que este debate se haya dado desde lo jurídico y que el alto tribunal haya amparado la facultad constitucional del Ejecutivo para de establecer, modificar o quitar aranceles. No obstante, Fenalco reiteró su intención de trabajar conjuntamente con la industria en el desarrollo de líneas de negocio que promuevan la producción nacional de confecciones, sin tener que recurrir al aumento de los aranceles, que afectan el bolsillo de los consumidores, estimulan el crecimiento del contrabando y la informalidad”. (Dinero 2020)

La Cámara Colombiana de la Confección y Afines pidió al Gobierno un paquete de medidas extra que se fijen los aranceles aprobados en el Plan Nacional de Desarrollo como medida de impacto para la generación de empleo y la promoción del comercio interno. Los empresarios del sector textil agregaron que, si bien están de acuerdo con aplazar el Día Sin IVA, urgen las medidas de choque especialmente teniendo en cuenta que en las anteriores jornadas el sector de confecciones no alcanzó a tener un incremento superior al 150%, muy por debajo de otros sectores económicos. (Dinero 2020).

Otra de las estrategias utilizadas es el uso de las TIC, la cual Colombia vivió este año su primera edición virtual. Así, Colombiamoda reunió a 220.000 visitantes provenientes de países como Perú, Ecuador, Costa Rica, Estados Unidos y México y desde múltiples regiones colombianas como Antioquia, Bogotá, Valle del Cauca, Caldas y Atlántico. Una

labor que fue posible gracias a 69 integrantes del equipo de Inexmoda, 405 personas empleadas y 85 entidades aliadas que se arriesgaron e hicieron realidad su edición 2020. La tecnología jugó a nuestro favor y se convirtió en la herramienta esencial para crear experiencias entorno a los negocios, la moda y el conocimiento, durante Colombiamoda. Fue una edición llena de retos y aprendizajes, puesto que además nos permitió descubrir un camino lleno de oportunidades que merecen seguir siendo evaluados. Inexmoda evolucionó y revolucionó con la edición número 31 de Colombiamoda 2020”. (Valora Analitik, 2020).

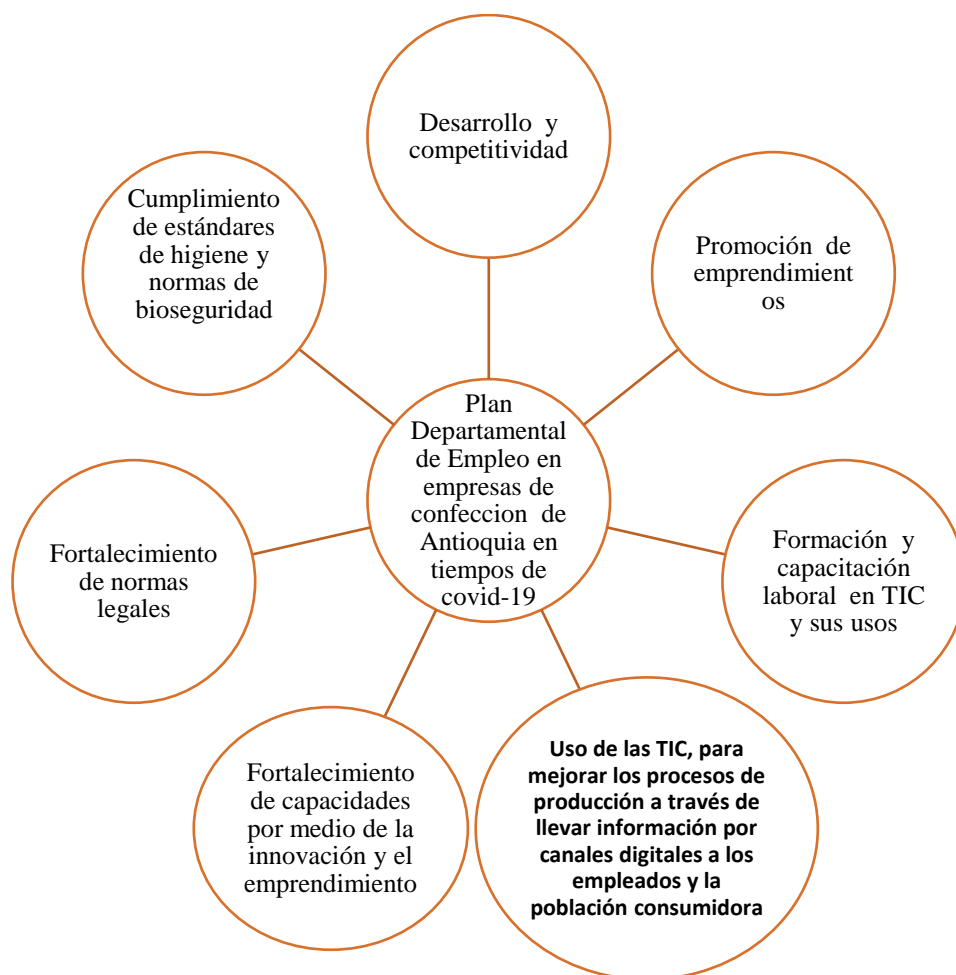
Por otro lado, desde el lado del Gobierno, por su parte, un apoyo importante ante la coyuntura ha sido la iniciativa del Ministerio de Comercio y Colombia Productiva con el sello, compra lo nuestro, marca que las empresas podrán adoptar para que los consumidores identifiquen a las compañías colombianas o instaladas en el país que producen en Colombia y que generan empleo. Se necesita que el consumidor adquiera los productos y servicios de la industria en Colombia y que las empresas también les compren a otras compañías en el país. (Valora Analitik, 2020). Esto enfatiza la importancia del consumo y ventas de producción diseñada en Colombia, con sello nacional fortaleciendo las pequeñas y medianas empresas del sector informal, para que se conozcan las prendas de confección con calidad nacional y que sea consumido y adquirido por la población dándole ventaja a la producción nacional dentro del mercado competitivo.

Para impulsar de nuevo el sector, es fundamental apoyar la industria nacional pues “es lo más importante ahora y la única manera de reactivarnos es comprar colombiano. Hay que apoyar a las empresas locales para producir los artículos que se requieren pues eso nos va a requerir contratar más personal y reimpulsar la economía de una manera más rápida y eficiente. (Valora Analitik, 2020).



Los gobiernos pueden ayudar a que, de forma ágil y rápida, una masa crítica de empresas pueda dotarse de capacidades digitales para continuar operando ininterrumpidamente en el contexto de las restricciones de esta pandemia y para maximizar oportunidades de crecimiento en la poscrisis. Para masificar y optimizar sus intervenciones y recursos, los gobiernos deben apoyarse en herramientas digitales que ya existen. Este tipo de programas se vienen impulsando con fuerza en los países desarrollados en el marco de digitales integrales, por lo que su despliegue ha sido más rápido que en ALC. (Henriquez P. 2020) innovación y el emprendimiento

**Figura N. 1: Estrategias de las pymes del sector de confección**



Adaptado por: los autores (2020)

Desarrollo y competitividad, aumentar la producción en el área de confecciones con productos de alta calidad, mejorando así la remuneración y las condiciones de empleo de del sector confecciones y textiles.

- Estado: Confección
- Entidades vinculadas: Gobernación de Antioquia, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA),
- Entidad líder: Gobernación de Antioquia.
- Localización: 40 municipios de Antioquia.
- Actividades principales: formación y capacitación, implementación de buenas
- Prácticas confección a través de talleres con el uso de las TIC, procesos de producción, preparando tecnológicamente al sector de confecciones a través de complementos de taza con miras al mercado nacional e internacional.
- Promoción de emprendimientos: Este eje busca fortalecer los procesos de asociatividad, la capacidad técnica y los servicios que faciliten el desarrollo de iniciativas empresariales enfocadas en las apuestas y vocaciones productivas del departamento. Este fortalecimiento se espera que permita la mejora de los ingresos y la generación de nuevos empleos en el departamento.
- Formación y capacitación laboral en TIC y sus usos: Con esta estrategia se busca que el recurso humano (tanto el general como el correspondiente a poblaciones especiales) se forme o capacite para el trabajo en las áreas y sectores que demanda el tejido productivo instalado en el departamento. Esto sobre la base de una articulación eficiente entre el sector público, privado y académico, basado en el uso

de estrategias y herramientas digitales para llevar la información a los consumidores y empleados para su participación

- Uso de las TIC, para mejorar los procesos de producción a través de llevar información por canales digitales a los empleados y la población consumidora.
- Fortalecimiento de capacidades: El objetivo de esta estrategia radica en la generación de un conjunto de actividades y la consecución de recursos que se dirijan al acercamiento entre los demandantes de empleo (trabajadores) y los oferentes (empresas), para brindar de este modo a los trabajadores un empleo adecuado a sus características, y a las empresas los trabajadores más apropiados a sus necesidades.
- Fortalecimiento de normas legales: Este eje procura el establecimiento de lineamientos y directrices para orientar a las organizaciones territoriales hacia la aplicación de estrategias que promuevan el cumplimiento de las normas y el diálogo social.
- Cumplimiento de estándares de higiene y normas de bioseguridad: que el trabajador se encuentre en sus horarios de trabajo protegido cumpliendo los estándares de seguridad establecidos por la OIT en el caso de la presencia del covid-19

## **CONCLUSIONES**

La empresa pymes de confecciones, se encuentra dedicada al ramo de la confección textil, integrada la misma, a lo largo del proceso productivo, convirtiéndose en una ventaja competitiva en tiempos de crisis debido a la confección de una gran cantidad de tapa bocas en la lucha contra el Covid-19 en Colombia. Junto a la calidad de las fibras utilizadas para la confección de las prendas que se elaboran al menor precio y que se encuentren al alcance

en costos de los consumidores, tomando en consideración los actuales momentos de crisis de salud pública que está afectando de forma drástica y directa a los demás sectores entre ellos el económico- productivo que atraviesa el país, generando un gran impacto, que afecta directamente el aspecto social, sobre todo el ámbito laboral debido a que es un sector que ha generado una fuente de trabajo para muchos colombianos antioqueños que deseen participar en tan importante actividad empresarial.

Donde, se indica a los empresarios, ayudar a minimizar la propagación del COVID-19, promover adecuado y permanente lavado de manos y desinfección de puestos de trabajo. Medidas temporales y excepcionales de carácter preventivo autorizadas: Adoptar horarios flexibles, disminuir reuniones presenciales y acordar alternativas de teletrabajo (Se define cuándo aplica el teletrabajo; se crea un portal teletrabajo. Son responsabilidades de Empleados: Informar síntomas de enfermedades respiratorias; cuidar salud propia y de compañeros; tomar medidas de precaución. Los pagos deben realizarse por internet y los contratistas que puedan deben hacer teletrabajo. Para reconocimiento y pago en materia pensional se podrán remitir documentos vía electrónica, que se soportarán con originales al finalizar la emergencia. Incluso en solicitudes por discapacidad.

En relación a estudios que se han desarrollado actualmente sobre el tema sobre los procesos de producción de las empresas de confecciones en tiempos de pandemia por el covid-19, se han encontrado artículos que muestran el impacto de la misma en la economía regional y nacional. Entre ellas se encuentra la opinión del portal web, ([manualdemoda.com](http://manualdemoda.com) 2020), el virus ha impactado de manera negativa la economía de muchos países en el mundo, tanto así que el Banco Mundial prevé que el impacto de este virus en las principales economías del mundo va a ralentizar el crecimiento económico mundial de 2020, pero Colombia es la excepción. Desde el inicio de la epidemia cientos de empresas y fábricas en

China han cerrado sus puertas para evitar los contagios, esto sin nombrar los cientos de tiendas y centros comerciales que también bajaron sus persianas. Cientos de marcas extranjeras que producían en China, han quedado sin productos para la temporada que inicia y esto está causando y desespero general en el sector, y ahora, las empresas están mirando hacia Latinoamérica para relocalizar sus producciones.

El caso de Colombia, instruye la importancia de sumar y coordinar los esfuerzos públicos y privados. Las cámaras de comercio del país han sido muy activas en brindar soluciones a sus empresas socias, ofreciendo capacitaciones en temas de comercio electrónico, teletrabajo, marketing digital y nuevas tecnologías, complementarias a las capacitaciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Igualmente, pusieron a disposición herramientas para promover el negocio virtual, creando un centro de negocios donde las empresas puedan realizar citas de negocio online, y dando acceso y acompañamiento a Mipymes para acceder a vitrinas virtuales. (Henriquez P. 2020)

Ante esta contingencia, la industria debe realizar profundos cuestionamientos; pero sobre todo, debe replantear su relación con proveedores, productores y consumidores. Es necesario garantizar condiciones idóneas en las operaciones en fábricas y talleres y el cuidado sobre los trabajadores, principalmente mujeres del sector. En muchos países el cierre temporal de estos espacios es y será obligatorio y aquello debe generar un redoblamiento de los cuidados a las empleadas, quienes históricamente han sido los eslabones más débiles y marginales de la cadena de suministro. (Cámara Colombiana de Confección. 2020)

Aquello no será fácil, sobre todo teniendo en cuenta nuestro contexto y la precariedad de algunos eslabones de nuestro sistema de moda. Las empresas tendrán que replantear su modelo de negocio para ajustarse a las demandas actuales, circunstancias que implican

reducir significativamente la producción ahora, e imaginar productos para un futuro que sean sostenibles y de calidad.

## **RECOMENDACIONES**

La implementación de las estrategias citadas para apoyar la digitalización de las pymes tiene varias dimensiones y varios gobiernos de la región están avanzados en el desarrollo de iniciativas similares, en muchos casos con apoyo del BID. En estos últimos años a nivel mundial se ha generado grandes transformaciones en los aspectos sociales, políticos, tecnológicos y culturales que conllevan a un proceso de adaptación en el ámbito empresarial y organizacional, en donde las instituciones deben evolucionar creando estrategias que les permitan cumplir sus objetivos y metas. En este proceso el área económica del sector de confecciones, se visiona como un pilar para la ejecución de estrategias, siendo un reto para las empresas hoy en día trabajar de una manera congruente articulando todas sus áreas encaminadas a un objetivo en común que es garantizar calidad y eficiencia, en donde la implementación de nuevas estrategias juega un papel importante en realizar procesos de vinculación o incorporación, procesos de formación y desarrollo acordes al desempeño productivo y ventas en las empresas textiles.

Por lo tanto se recomienda, establecer lineamientos y estrategias que conduzcan al cambio de forma acelerada de acuerdo a los avances de los conocimientos científicos en los últimos tiempos, tratando de ir a la par con los avances tecnológicos que caracterizan a este siglo XXI, ya que es una realidad lo que se está viviendo, debido a que esta pandemia está evolucionando precipitadamente los diferentes aspectos políticos, sociales, educacionales y empresariales al influir directamente en la mano de obra calificada y en la calidad de vida de la población que participa activamente en los procesos económicos y productivos del país, desde el punto de vista empresarial, por otro lado, considerando la importancia el uso

de la tecnología o conectividad, como herramientas o materiales que necesitan las empresas para promocionarse o para las ventas en estos tiempos de cambios radicales.

Desarrollar estrategias de la mano de las nuevas tecnologías con nuevos modelos metodológicos que incluyan el cumplimiento de los objetivos empresariales de cada organización que participé dentro de las pymes de confecciones, aprovechando los requerimientos que proporcionan estos organismos nacionales e internacionales como la OIT para el desarrollo productivo. Generar una nueva metodología de trabajo asociado que permitiera una mayor agrupación empresarial del sector textil, con el firme propósito de lograr mayor competitividad y desarrollo industrial como lo es la responsabilidad social y el conjunto de valores al igual que las conductas que le son propias de acuerdo a su actividad económica, las cuales le han de proporcionar un posicionamiento mejor frente a su grupo de interés.

Así mismo, disminuir los aranceles para proteger el mercado nacional del sector textil y confecciones con la participación y el apoyo de las pymes para la protección de la producción y lograr una competencia justa con precios accesibles dentro del nivel competitivo.

Por otro lado, la generación de empleos y el no al despido de los trabajadores, con la implementación de medidas y lineamientos sanitarios que incluyan la protección y el cumplimiento de las normas de bioseguridad desarrolladas por la OIT, como tapabocas y prendas de vestir adecuadas a la hora de desarrollar actividades laborales para atender la demanda de producción dentro del sector industrial empresarial.

Y por último, apoyar a través de las pymes de producción al sector informal el cual se encuentra representado hoy en día por el 75 por ciento de este sector, por lo que hay unas 200.000 unidades productivas entre famiempresas o pequeños talleres, que no tienen

ninguna posibilidad de recuperarse en este momento, y que deben ser atendidos y apoyados por los entes gubernamentales ya que representan una gran proporción dentro del sector de confecciones de Antioquia Colombia para fortalecer el desarrollo y fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Nacional de Instituciones financieras (ANIF). (2014). Innovación al interior del segmento Pyme colombiano. Recuperado de <https://bit.ly/2EKi35D>
- Banco Mundial. (2016). Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos. Recuperado de <https://bit.ly/2fRmyn>
- Babativa A, Celis C, Duque D 2013 Factores y estrategias del sector textil-confección-diseño y moda de Antioquia para aprovechar competitivamente las oportunidades comerciales que ofrece el TLC con los Estados Unidos. <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/139/Factores%20y%20estrategias%20del%20sector%20textil-confecci%F3n>
- Betancur, J. (5 de agosto 2020). “La mala hora del sector moda en Medellín”. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/crisis-economica-en-el-sector-moda-en-medellin-525900>
- Betancur, J. (5 de agosto 2020). “La mala hora del sector moda en Medellín”. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/crisis-economica-en-el-sector-moda-en-medellin-525900>
- Betancur, J. (05 de agosto 2020). “La mala hora del sector moda en Medellín”. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/crisis-economica-en-el-sector-moda-en-medellin-525900>
- Cámara de comercio de Bogotá. (2017d, Agosto). ¿Por qué el negocio textil colombiano enfrenta su hora más crítica?. Recuperado de <https://bit.ly/2qv4LVG>
- Asociación Nacional de Instituciones financieras (ANIF). (2017). La gran encuesta pyme: Lectura Nacional. Recuperado de <https://bit.ly/2IUheJQ>
- Ccca.com.co 2020. Empresas del mundo buscan fábricas en otros países por coronavirus <http://ccca.com.co/empresas-buscan-fabricas-otros-paises-por-coronavirus/>
- Carreño, L. (09 febrero 2020). La disputa gremial por los aranceles a las prendas de vestir. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/economia/la-disputa-gremial-por-los-aranceles-las-prendas-de-vestir-articulo-903768/>



- Carreño, L. (09 febrero 2020). “Argumentos a favor: Camilo Rodríguez Quiceno, presidente de la junta directiva de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines (Cccya)”. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/economia/la-disputa-gremial-por-los-aranceles-las-prendas-de-vestir-articulo-90376>
- (Cañete N, 2020). Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes? [blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/](https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/)
- (Cámara Colombiana de Confección. 2020) El reto que enfrenta la industria colombiana de confecciones y afines ante el Covid-19 <https://www.fashionrevolution.org/-blog/el-reto-que-enfrenta-la-industria-colombiana-de-confecciones-y-afines-ante-el-covid-19/>
- Castelló, Araceli (2010). Estrategias empresariales en la web 2.0. Las redes sociales online. Alicante: Editorial Club Universitario
- Dinero. (31 de agosto 2017). “Sector textil-confección en jaque, ¿cuál es el futuro?”. *Dinero*. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/crisis-del-sector-textil-y-confeccion-en-colombia-2017/249271>
- Daniel John (1998), Mega-universities & knowledge media. Technology strategies for higher education, Londres, Kogan Page.
- Díaz Suesca, M. A., & Quiroga Mariño, C. (2018). La innovación en procesos en el sector textil y de confecciones como una ventaja para lograr la internacionalización de las pymes de Bogotá. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio/271](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/271)
- (Dinero. 2020) Industria de la moda prevé pérdidas de hasta un 26% por cuenta del coronavirus <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-afecto-el-coronavirus-a-la-industria-de-la-moda/284831>
- (Dinero. 2020) Antioquia perdería 131.000 empleos por COVID -19 <https://vivirenel poblado.com/desempleo-covid-19-antioquia/>
- Dinero 2020. Corte tumbó aranceles a la importación de textiles 2020 <https://www.dinero.com/pais/articulo/porque-la-corte-tumbo-los-aranceles-a-la-importacion-de-textiles/281279>
- Pierre Lévy Cómo utilizo la web social en mis clases de la universidad. How I use the social web in my university courses. RED. Revista de Educación a Distancia, 57(1). 31-01-2018 DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/red/57/1>  
[http://www.um.es/ead/red/57/levy\\_es.pdf](http://www.um.es/ead/red/57/levy_es.pdf)
- Escandón, D., Murillo, G., & González C. (2011). Determinantes de los resultados internacionales de las Pymes de reciente creación en Colombia, 2011. *Revista Innovar Journal de Ciencias Administrativas y Sociales*, 23(49), 17-29. Recuperado de <https://bit.ly/2vcvOd>
- Economía & Negocios. (16 de abril 2020). “Endeudamiento no es la salida para empresarios de las confecciones”. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/coronavirus-golpe-para-1-6-millones-de-empleos-de-las-confecciones-485300>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). Reporte de Mipymes No. 3. Recuperado de <https://bit.ly/2GWs7OW>

- Moreno, J. (2016). Sector textil en Colombia: Un análisis de importaciones y exportaciones entre los años 2008 a 2014 (Especialización en Alta Gerencia). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://bit.ly/2qwFhqN>
- Manualdemoda.com (2020) La industria textil colombiana y el Coronavirus <https://www.manualdemoda.com/archivo/la-industria-textil-colombiana-y-el-coronavirus>.
- Mercado, D. (22 de abril 2020). “Al sector textil antioqueño lo tienen 'hilando fino' por la cuarentena”. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/sector-textil-esta-en-crisis-por-la-cuarentena-487288>
- Mercado, D. (22 de abril 2020). “Al sector textil antioqueño lo tienen 'hilando fino' por la cuarentena”. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/sector-textil-esta-en-crisis-por-la-cuarentena-487288>
- Maloka, Alcaldía, y Secretaría, S.F (S.F). [www.ubikate.gov.co](http://ubikate.gov.co). Obtenido de <http://ubikate.gov.co/sites/default/files/textil.pdf>.
- (McKinsey & Company 2009) Informe final Sector Textil, Confección, Diseño y Moda Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=dce7dddac043-4cfc-9e81-d9a995a81901>
- Medina O 2017. ¿Está en crisis la industria textil? <https://razonpublica.com/esta-en-crisis-la-industria-textil/>
- Merodio, Juan (2012). Marketing en redes sociales. Mensajes para gente selectiva. Madrid: Bubok
- Portafolio. (30 de agosto 2018). “Sector de los textiles y las confecciones del Atlántico da la puntada”. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/sector-de-los-textiles-y-las-confecciones-del-atlantico-da-la-puntada-520628>
- Portafolio. (04 de abril 2018). “Empresas textiles y de confecciones apuntan a las ventas externas”. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas-textiles-y-de-confecciones-apuntan-a-las-ventas-externas-515836>
- Pardo L, y Montoya C (2017). El sector textilero en antioquia, su evolución a través del cluster y los procesos de innovación. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Afines Universidad Cooperativa de Colombia, Seccional Bogotá Colombia. <http://premio.investiga.fca.unam.mx/docs/XXII/1.pdf>
- Paéz, Y. (2014). Causas y efectos económicos del sector textil en Colombia por exportaciones de China (Especialización en Gestión de Desarrollo Administrativo). Universidad Militar nueva Granada, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://bit.ly/2Hxx51A>
- (Portal Organización Internacional del Trabajo oit.org 2020) Seguridad y salud en el trabajo frente a la pandemia, Mesa virtual de diálogo de OIT en América Latina: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/briefingnote/wcms\\_742469.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/briefingnote/wcms_742469.pdf)
- (Portal Ministerio del Trabajo mintrabajo.gov.co 2020) circular 0021: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/Circular+0021.pdf/8049a852-e8b0-b5e7-05d3-8da3943c0879?t=1584464523596>

- (Portal Función Pública funcionpublica.gov.co 2020) Gestor Normativo Decreto 500 de 2020:<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=111378>
- (Portal presidencia dapre.presidencia.gov.co 2020) Normativa Ministerio del Trabajo, decreto 770 de 2020: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20770%20DEL%203%20DE%20JUNIO%20DE%202020.pdf>
- (Portal grupo bancolombia grupobancolombia.com 2018) Conoce todo sobre las pymes en Colombia:<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>
- (Henriquez P. 2020) COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes? <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-oportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- Superintendencia, d. S. (2013). Desempeno del sector textil confeccion 2008-2012. Bogota: Superintendencia de Sociedades. <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003021.pdf>
- Fumero A, Roca G y Sáez F (2007). LA WEB 2.0. Impresión. Omán Impresores. Depósito Legal: M-15478-2007. Fundación Orange España. Consultado en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/legalcode.es>
- (Gestarsalud 2020). Covid-19 golpea la economía: desempleo en Colombia alcanza el 19% en dos meses de cuarentena <https://gestarsalud.com/2020/06/01/covid-19-golpea-la-economia-desempleo-en-colombia-alcanza-el-19-en-dos-meses-de-cuarentena/>
- (Giovanni Marulanda 2020).. Congresista antioqueño propone impulsar la marca país para combatir el desempleo <https://telemedellin.tv/congresista-antioqueno-propone-impulsar-la-marca-pais-para-combatir-el-desempleo/402414/>
- Ferrell, Orwell, Hartline, Michael (2012). Estrategia de Marketing. 5ª edición. México: Cengage Learning.
- Gonzálvez, Teodoro (2011). Web 2.0. Bogotá: Alfaomega.
- Kotler, P., Keller, Kevin (2008). Dirección de Marketing. 13ª edición. México: Pearson Educación
- O'Guinn, Thomas, Allen, Chris, Semenik, Richard (2010). Publicidad. 3ª edición. México: Thomson Editores Internacional.
- Luther, William (2009). El Plan de Mercadeo. 4ª edición. Madrid: Grupo Editorial Norma.
- Sandoval, C. (2002). Investigación cualitativa. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (Icfes). Recuperado de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- Hernández Fernández y Batista (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición por McGRAW-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. Edificio Punta Santa Fe Prolongación Paseo de la Reforma 1015, Torre A Piso 17, Colonia Desarrollo Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón C.P. 01376, México D.F. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736
- (Portal de Consulta-Encolombia.com. 2020) Definición y Clasificación de las Empresas:<https://encolombia.com/economia/empresas/definicionyclasificaciondelae mpresa/>
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2008. Actualizado: 2020. Definición de empresa (<https://definicion.de/empresa/>)

- (Mincomercio. 2020) Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>
- (Raffino, María Estela. 2020). "Microempresa". Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/microempresa/>. Consultado: 29 de octubre de 2020.
- González Ribas, Luis Alberto (2002). La pequeña y mediana empresa de hoy. Segunda edición. México.  
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17820/Capitulo2.pdf>
- Grupo Bancolombia (2018). "Todo sobre las pymes en Colombia-  
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>
- Virgilio L. González, PhD 2020, Manufactura Textil Impacto del COVID-19.  
<https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2020/05/manufactura-textil-impacto-del-covid-19/>
- (Valora Analitik, 2020). Sector textil colombiano: Ejemplo de resiliencia y protección de empleos ante el Covid-19. <https://www.valoraanalitik.com/2020/09/15/sector-textil-colombiano-ejemplo-de-resiliencia-y-proteccion-de-empleos-ante-el-covid-19/>

**Anexo a**

**Lista de cotejo como instrumento**

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS EFECTUADAS A CAUSA DE LA PANDEMIA  
COVID-19 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE LAS PYMES DE  
CONFECCIONES EN ANTIOQUIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**MEDELLÍN**

**2020**

**Marca con una X la respuesta que sea de tu opinión sobre el problema sometido a estudio**

**Muchas gracias**

| Pregunta  | Cumple | No cumple |
|---|--------|-----------|
| Deteriorado ambiente para los negocios en general, por cuenta del coronavirus y las decisiones para mitigar su impacto mejorar la distribución y producción |        |           |
| Clasificarlo en función de variables satisfacción del cliente a la hora de ser atendido y de encontrar en los almacenes todo lo requerido por el cliente    |        |           |
| Recursos a los empresarios y los emprendedores que desean crecer  |        |           |
| La empresa cuenta con toda la información epidemiológica para la higiene y seguridad del trabajador y   |        |           |
| La empresa cuenta con almacenes de tamaño y proporción necesaria para el almacenamiento en las mejores condiciones  |        |           |
| Programa de Transformación Productiva -PTP-, el programa Más Productiva y Mipyme digital, que lidera el Ministerio de las TIC                               |        |           |
| Invertir en investigación e innovación, si bien pueden aprovecharse rápidamente de innovaciones ajenas  |        |           |