

**DIAGNOSTICO DE LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR CALZADO DEL BARRIO
RESTREPO EN LA CUIDAD DE BOGOTÁ 2009-2012 Y ESTRATEGIAS PARA
SU COMPETITIVIDAD.**



SANDRA MARITZA HERNANDEZ HERNANDEZ

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
BOGOTÁ 2014**

**DIAGNOSTICO DE LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR CALZADO DEL BARRIO
RESTREPO EN LA CUIDAD DE BOGOTÁ 2009-2012 Y ESTRATEGIAS PARA
SU COMPETITIVIDAD.**

SANDRA MARITZA HERNANDEZ HERNANDEZ

**Proyecto de Tesis optar el título de:
Economista.**

**DOCENTE ASESOR:
IGNACIO GARCES**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
BOGOTÁ 2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, Septiembre de 2015.

RESUMEN

Esta investigación se enfoca en las mipymes, ya que se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las localidades de Bogotá, debido a su contribución en la generación de riqueza, con lo cual se constituyen en una actividad estratégica para las exportaciones no tradicionales, son piezas fundamentales del aparato productivo, así como expectativa de emprendedores, desempleados y personas en subempleo, para cumplir metas o salir de la pobreza. Las mipymes del subsector del calzado, son claves dentro de la estrategia del Distrito, ya que el apoyo que se les debe dar no solamente es porque sean las unidades productivas más comunes en la ciudad, sino por el potencial de mercados, riqueza y desarrollo que tienen.

Este trabajo se realiza con el fin de incentivar a los microempresarios del subsector de calzado para fortalecer esta industria tan importante, que en un momento dado pueden mirar más allá del mercado local, pues se tiene el capital humano para pensar en traspasar fronteras y de este modo generar beneficios económicos tanto para las microempresas de la localidad como para la economía nacional.

ABSTRACT

This research focuses on MSMEs, as they have become one of the most significant productive sectors to the towns of Bogota, due to its contribution to the generation of wealth, which constitute a strategic activity for exports not traditional, they are essential parts of the productive apparatus and expectations of entrepreneurs, unemployed and underemployed persons, to meet goals or out of poverty. MSMEs subsector footwear are key in the strategy of the District, and that the support should be given not only because they are the most common production units in the city, but by the potential of markets, wealth and development They have.

This work is done in order to encourage entrepreneurs subsector footwear to strengthen this important industry, which at one time can look beyond the local market, as it has the human capital to think beyond borders and this way to generate economic benefits for the local micro to the national economy.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
1. ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.1. TEMA.....	9
1.2. TITULO.....	9
1.3. DESCRPCIÓN DEL PROBLEMA:.....	9
1.3.1. Antecedentes al caso Colombiano.....	9
1.3.2. Estado Actual.....	11
1.3.3. Ferias y Eventos.....	17
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	21
1.6. OBJETIVOS.....	21
1.6.1. Objetivo General.....	21
1.6.2. Objetivos Específicos.....	22
1.7. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.7.1. Universo de estudio.....	22
1.7.2. Espacio geográfico.....	22
1.7.3. Tiempos a investigar y emplear.....	22
2. MARCO REFERENCIAL.....	23
2.1. MARCO CONTEXTUAL.....	23
2.1.1. Importancia de las Mipymes en el mundo y Colombia.....	23
2.2.2. La Mipyme en Colombia.....	26
2.2.3. La industria del cuero y la marroquinería en Colombia.....	26

2.2.4.	Localidad Antonio Nariño.	29
2.2.5.	Población.	30
2.2.6.	Condiciones y Calidad de Vida	31
2.2.7.	Infraestructura Urbana	31
2.2.8.	Condiciones de Seguridad	32
2.3.	MARCO CONCEPTUAL	32
2.4.	MARCO TEÓRICO	37
2.4.2.	Generalidades sobre la teoría económica actual.	38
2.4.3.	Consideraciones de las Mipyme	46
2.4.4.	. Variables y problemáticas en la consolidación de la competencia de las Mipyme para La Industria.	49
2.5.	MARCO LEGAL.....	54
4.	METODOLOGÍA.....	60
a.	TIPO DE ESTUDIO.....	60
b.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	61
c.	POBLACIÓN Y MUESTRAS	62
d.	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	63
e.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	64
	CAPITULO I.	65
5.	DIAGNÓSTICO DE LAS MIPYMES EN EL SUBSECTOR DEL CALZADO EN BOGOTÁ.	65
5.1.	RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.....	65
5.1.1.	Formalización.	65
5.1.2.	Actualización	66
5.1.3.	Tecnologías e información.	69

5.1.4. Direccionamiento estratégico.	76
CAPITULO II.	78
6. ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR DE CALZADO EN EL BARRIO RESTREPO- BOGOTÁ.	78
6.1. FORMALIZACIÓN DE LAS MIPYMES	78
6.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS MIPYMES	80
6.2.1. Formulación:.....	82
6.2.2. Implementación	82
6.2.3. Evaluación	83
6.3. SISTEMA DE PLANIFICACIÓN TECNOLÓGICA, SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR DE CALZADO.....	84
CONCLUSIONES.....	90
BIBLIOGRAFÍA.....	91
ANEXO 1.	98

LISTA DE TABLAS.

TABLA 1. Generación de Empleo por tamaño de Empresa en Colombia. 2005 10

TABLA 2. Principales Actividades Económicas de las Microempresas en Colombia. 2005.
..... 10

LISTADO DE IMÁGENES

IMÁGEN 2. Criterios de definición de las MIPYME	48
IMÁGEN 1. Planeación estratégica.....	81
IMÁGEN 2. Balanced Scorecard.	86
IMÁGEN 3. Gráficos de optimización.	87

LISTADO DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Formalización.....	66
GRÁFICO 2. Actualización.	67
GRÁFICO 3. Futuro del Subsector en políticas públicas.....	68
GRÁFICO 4. Políticas nacionales y distritales para el subsector.....	70
GRÁFICO 5. NUEVOS CONOCIMIENTOS EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA.	71
GRÁFICO 6. Optimización tecnológica y de la información.....	72
GRÁFICO 7. Herramientas de optimización tecnológica y de la comunicación.	73
GRÁFICO 8. Eficacia en Las Solicitudes.	74
GRÁFICO 9. Capacitación personal.	74
GRÁFICO 10. Limitantes en la Producción E Innovación.	75
GRÁFICO 11. Problemáticas del subsector.	76
GRÁFICO 12. Planeación a largo plazo.....	77

INTRODUCCIÓN.

El subsector del calzado desde su iniciación en el mercado, ha sido de gran relevancia para la economía y el aparato productivo de Colombia y particularmente de su capital Bogotá, debido a que constituye un importante , el cual se encuentra en diferentes localidades de la ciudad, es un importante creador de empleo y generador de valor agregado, por eso es de gran interés conocer como esta industria ha venido progresando a lo largo del tiempo en Colombia y en el mundo para investigar sus fortalezas, oportunidades, así como los problemas que la perjudican.

Esta investigación se enfoca en las mipymes, ya que se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las localidades de Bogotá, debido a su contribución en la generación de riqueza, con lo cual se constituyen en una actividad estratégica para las exportaciones no tradicionales, son piezas fundamentales del aparato productivo, así como expectativa de emprendedores, desempleados y personas en subempleo, para cumplir metas o salir de la pobreza. Las mipymes del subsector del calzado, son claves dentro de la estrategia del Distrito, ya que el apoyo que se les debe dar no solamente es porque sean las unidades productivas más comunes en la ciudad, sino por el potencial de mercados, riqueza y desarrollo que tienen.

El presente trabajo incluye un completo estudio socio económico de los propietarios y trabajadores de las mipymes del subsector de calzado del Barrio Restrepo en Bogotá, el cual constituye un importante dinamizador de la economía de la localidad de Antonio Nariño, el cual servirá para conocer el capital humano con que cuentan estas microempresas, es decir las características o cualidades de las personas; aspectos intangibles como: la formación, educación, la salud o el nivel de conocimiento que posee cada individuo, lo que define la fortaleza mental que las personas son capaces de desarrollar para contribuir a los objetivos de la microempresa. De igual manera, se pretende conocer los principales problemas que aquejan al subsector, los cuales le impiden progresar para competir y enfrentarse a un mercado globalizado cada vez más exigente, como consecuencia las mipymes desafían diversos problemas, en cuanto a la productividad, tecnología, gestión, acceso al crédito, contrabando etc. Finalmente se buscaran estrategias para solucionar los problemas encontrados. Este trabajo se realiza con el fin de incentivar a los microempresarios del subsector de calzado para fortalecer esta industria tan importante, que en un momento dado pueden mirar más allá del mercado local, pues se tiene el capital humano para pensar en traspasar fronteras y de este modo generar beneficios económicos tanto para las microempresas de la localidad como para la economía nacional.

1. ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. TEMA.

La actividad industrial como factor dinamizador del crecimiento económico.

1.2. TITULO

Diagnostico de las Mipymes del subsector calzado del Barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá 2009-2012.

1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA:

1.3.1. Antecedentes al caso Colombiano.

En Colombia, la industria el calzado tiene su inicio en el año 1913, con la constitución de la primera empresa “la corona “en la ciudad de Bogotá. Gracias a cambios económicos generados en el país y a la tendencia en aumento del poder adquisitivo, el sector del calzado, empezaría a ver la consolidación de más empresas entre las cuales se encontraban: de Faitalia en la ciudad de Barranquilla (1917), Beetar en la ciudad de Cartagena (1923), Cicodec y Grulla en Medellín (1933). En su mayoría, utilizaban tecnología italiana, con más de 50 años de uso endicho país, lo cual determinaba su carácter obsoleto.

Pero sería medio siglo después, que este sector vería gran dinamismo, puesto que empezando los años setentas, la industria iniciaría un proceso de tecnificación y desarrollo donde se sustituyó las importaciones de este producto para alcanzar a satisfacer las necesidades con producción netamente colombiana.

Al inicio de los años ochenta y a lo largo de la década del noventa, la producción experimento menores tasas de crecimiento, incluso negativas, lo que provoco en los industriales el interés por el mercado externo, con el propósito de utilizar en mayor proporción su capacidad de producción.

Para los años noventa, el aumento en la constitución de microempresas permitiría aumentar el campo de acción empresaria a pesar de las diferentes dificultades que esta traía consigo, (empirismo, poco planificación etc.), e incidiría en la evolución industrial hasta la actualidad.

Es así como en Colombia las pymes representaban 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 agregado¹.

Los principales sectores en donde se desarrolla la pequeña y mediana Empresa son: Alimentos, Cuero y Calzado, Muebles y Madera, Textiles y Confecciones, Artes Graficas, Plástico y Químico, Metalúrgico y Metalmecánico Autopartes y Minerales no Metálicos. Se destacan en el Sector Industrial la Fabricación de prendas de vestir, panaderías y fabricación de muebles de hogar, mientras que en el Sector Comercio, al comercio al por menor de alimentos, prendas de vestir y sus accesorios, así como a la reparación de maquinaria y equipo. Finalmente en el Sector Servicios las Comidas Preparadas, restaurantes y cafeterías, prácticas médicas (Ver tabla 1).

TABLA 1. Generación de Empleo por tamaño de Empresa en Colombia. 2005

Microempresa	50.3%
Pequeña	17.6%
Mediana	12.9%
Grande	19.2%
Total	100%

Fuente: DANE Censo 2005

Así mismo, de las actividades económicas para las microempresas, durante el año 2005, se encontraba el comercio, como motor dinamizador con un 53%, y como un espacio de inversión (Ver tabla 2).

TABLA 2. Principales Actividades Económicas de las Microempresas en Colombia. 2005.

Comercio	53.4%
Industria	11.0%
Servicios	31.9%

¹ RODRIGUEZ, Genoveva. La Realidad de la Pyme Colombiana – Desafío para el Desarrollo. Fundes. Bogotá: 2003. p. 57.

Otros	3.7%
Total	100%

Fuente: DANE Censo 2005

1.3.2. Estado Actual

En el país, La industria del calzado hace parte del subsector del cuero, este último, está compuesto por tres subsectores; el curtido y preparado del cuero, la fabricación de calzado y la elaboración de artículos de marroquinería. Estas tres actividades se encuentran presentes al interior de la localidad Antonio Nariño y son realizadas en un 93.1% por microempresas.

En dicha localidad el subsector calzado representa el 6% de las actividades más relevantes del comercio y 26% dentro de las actividades manufactureras, convirtiéndose de esta manera en la actividad productiva más importante de la localidad.

Es así como en este espacio se realizan toda clase de productos vinculados a la actividad del cuero como son: las actividades de curtido y reparado de cueros; fabricación de calzado fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionaría. Las actividades que presentan más incidencia en el Barrio Restrepo son las relacionadas con la cadena productiva del cuero, pues, en conjunto, estas representan el 41,7% de los establecimientos de la zona.

En la localidad Antonio Nariño se radica un gran número de establecimientos relacionados con la cadena productiva del cuero, proveedores de materia prima, los productores de manufacturas de cuero y los establecimientos encargados de comercializar dichos artículos al consumidor final. Igualmente, se observa que en su gran mayoría los negocios tienden a concentrar su actividad en el Barrio Restrepo.

En este Barrio, se presenta el fenómeno de un micro encadenamiento productivo para la industria del cuero, encontrándose los proveedores de materia prima, los productores de manufactura de cuero y los establecimientos encargados de comercializar dichos artículos al consumidor final. Así, la cadena productiva está compuesta por los proveedores de materia prima para la industria del cuero, pieles y calzado 32%, fabricación de accesorios de caucho: guantes, suelas, tacones 4%, curtido y preparado de cueros 1%, fabricación de calzado 19%, fabricación de artículos de marroquinería 7%, fabricación de prendas de vestir de cuero 3%, comercio al por menor de calzado, artículos de marroquinería 34%. Además las

características demográficas del Barrio, cuentan con un gran porcentaje de población flotante, una parte de ésta labora, permaneciendo en la localidad en promedio ocho horas diarias, la otra parte está comprendida por compradores y visitantes.

Dentro de la cadena productiva, es el cuero, la actividad que más establecimientos posee es la de comercio al por menor de calzado y artículos de marroquinería, representando el 5,4% del total de la localidad y el 14,5% del total del Barrio.

Para finalizar, los establecimientos productores de calzado se encuentran en un 70% del total de la localidad en el Barrio Restrepo, influyendo en la ciudad, como uno de los sectores geográficos con mas preponderancia de la industria.

De igual manera, esta misma situación se presenta en Bogotá que se establece en el centro empresarial del país, se ha venido consolidando como una de las ciudades más llamativas para hacer negocios en Latinoamérica y además la economía bogotana se constituye como la más grande del país, al generar más del 26% del PIB nacional en la estructura empresarial de región Bogotá-Cundinamarca las microempresas representan el 89%, el 11% de las Pymes y el 1% son grandes Empresas. (Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2010).

Dada la importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas, Instituciones públicas y privadas como la Alcaldía Mayor de Bogotá, en conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá crearon Bogotá Emprende, el cual es un Centro de Emprendimiento, con el propósito de ofrecer asesorías en diferentes áreas sin ningún costo, para que los emprendedores y empresarios de Bogotá puedan crear, desarrollarse, consolidar e innovar en sus empresas. Entre los servicios que ofrece, se encuentran el de aprendizaje práctico para crear empresa y mejorar la gestión empresarial, así como contacto y oportunidades de negocios para ampliación de ventas y red de aliados, es decir los actores que representan diferentes partes de la cadena de valor así como las diferentes organizaciones de apoyo, además ofrece asesoría personalizada en temas empresariales como jurídico - comercial, tributario, mercadeo, financiero, laboral, estrategia, entre otros. Es así como para fomentar la creación de empresa se realiza el Festival del Emprendimiento, en donde los asistentes tienen a su disposición una serie de talleres, puntos de encuentro, charlas y actividades lúdicas gratuitas divididas según las expectativas y necesidades del participante, accediendo a charlas informativas sobre temas empresariales de relevancia, se comparten los testimonios de empresarios que han creado y consolidado empresas, conocer la muestra comercial, presenciar el ciclo de cine empresarial y acceder a asesorías especializadas en temas jurídicos relacionados con la empresa.

De igual manera la Asociación Colombiana de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, ACOPI Regional Bogotá Cundinamarca, organiza una feria

anualmente, la cual reúne a más de 400 empresarios, para desarrollar la FERIA INTERNACIONAL MIPYME, con el propósito de incentivar y promover nuevos mercados y oportunidades comerciales, para los proveedores y productores de todos los sectores económicos de las MIPYMES De Bogotá y de los municipios de Cundinamarca.

La Feria Internacional MIPYME, es uno de los principales ámbitos de negocios de las micro, pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica, en donde participan más de 400 empresas a nivel local y con la presencia de Asociaciones Internacionales de pequeñas y medianas empresas y más de 4.000 visitantes entre empresarios, inversionistas, entidades gubernamentales del país y público en general. En la Feria se realizan Ruedas de negocios, Foros y conferencias por parte de un grupo de expertos en temas de manejo empresarial.

a. Principales empresas a nivel nacional

Calzado la Maravilla: Se especializa en la fabricación y comercialización de calzado para jóvenes, sus marcas más representativas son: JAZZ, calzado colegial y REINDEER calzado deportivo. Sus instalaciones se encuentran en la ciudad de Cali.

Stanton & CIA: Se le conoce como Grupo Cauchosol, tiene un excelente posicionamiento en el mercado, debido a sus marcas Brahma botines, Aero Flex, calzado deportivo y Pandilla, Sandalias. Sus instalaciones se encuentran en Sibaté, Cundinamarca, cuenta con puntos de venta a nivel nacional entre concesiones en tiendas especializadas de calzado: Calzado Spring, Al Pie, Calzado Ensueño y venta directa.

SYX Footware: Es un importante fabricante de calzado deportivo en caucho y textil, como también de botas de caucho y botas de P.V.C., todos sus productos son comercializados bajo la misma marca SYX FOOTWARE. Sus instalaciones se encuentran en Bogotá. No maneja puntos de venta propios, sus principales canales de distribución son mayoristas y tiendas de calzado, entre sus principales clientes se encuentran: Spring Steep cadena nacional de tiendas especializadas en calzado, Cueros Vélez cadena nacional de tiendas especializadas en calzado y artículos de marroquinería, Almacenes Éxito Grandes superficies, Calzatodo S.A Distribuidor mayorista, Cacharrería mundial Almacén de cadena Kotizas Ltda., Distribuidores Modatex, Distribuidores Distribuidora La Piel Roja Cadena nacional de tiendas especializadas en calzado, Almacenes Ensueño Cadena nacional de tiendas especializadas en calzado, Almacenes Only tiendas de cadena y Carrefour Grandes superficies.

CI Modapiel: Es un fabricante de calzado de suela de caucho, plástico, cuero natural, y artificial, sus marcas líderes son GERMANS calzado industrial y QUIZ calzado colegial, Sus instalaciones se encuentran en Barranquilla.

La mayoría de su producción está destinada al mercado externo, principalmente a Estados Unidos. Una gran parte de sus ventas es realizada a través de asesores comerciales de la empresa.

Otras importantes Empresas del sector son:

GRUPO MODA LTDA. Distribuidores de calzado y marroquinería.
ARTESA S A. Comercializador de calzado y marroquinería.
ALPHA SHOES S.A. Fabricantes y distribuidores de calzado.
VIPLAST LTDA / SOLES DE COLOMBIA. Fabricante y distribuidor de calzado.
PROCAL S.A. Fabricante y comercializador de calzado.
VENUS COLOMBIANA S A. Distribuidor de calzado.
CALZATODO S.A. Distribuidor de calzado.
ENSENADA S.A. Distribuidor.
BARTUCCI Y CIA. LTDA. Importador de calzado español.
IMPS VALDI LTDA. Venta directa.
SPRING STEEP. Venta directa.
LA PIEL ROJA. Venta directa.
CALZADO BUCARMANGA. Venta directa.

b. Pequeñas y Medianas Empresas

Según la Ley 905 del 2004 Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales y comerciales.

1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) Salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) SML mensuales legales vigentes.

La pequeña y mediana empresa tiene un papel destacado dentro del desarrollo de la economía puesto que genera alrededor del 40% de la producción bruta del país, el 54% del empleo, y representa cerca del 92% de los establecimientos Industriales. Esta clase de empresas se encuentran en casi todos los sectores de la economía y por su tamaño debería tener la capacidad de responder rápidamente a los cambios del entorno.

Las Pequeñas y Medianas empresas del país se desenvuelven en un mundo globalizado, en el cual el cliente puede elegir los productos de una amplia gama ofrecida y solo aquellos que logren generar ventajas competitivas sobre otros podrán sobresalir. Este tipo de industria está llamada a convertirse en un motor importante de desarrollo para la economía nacional y el impulso que se les puede dar a estas en la actualidad, les va a permitir en el mercado Nacional e Internacional.

c. Gremios.

ACICAM:

La Asociación Colombiana de Industriales de Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) es el gremio sin ánimo de lucro de carácter permanente. Nació el 18 de Marzo de 1999 por la fusión de la Asociación colombiana de industriales de cuero ASOCUEROS y la Corporación Nacional de Calzado CORNICAL con el objetivo de fortalecer el gremio en Colombia y consolidar la cadena productiva. Con presencia en Bogotá, Cundinamarca, Santander, Norte de Santander, Antioquia y Valle del Cauca, ACICAM forma parte de los comités internacionales de Brasil, México, Ecuador y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). Su misión es “representar y promover los intereses de las empresas dedicadas a la producción de calzado, el cuero, sus manufacturas y los insumos para su fabricación, con base en valores democráticos y políticas de calidad en el servicio, enfocadas al mejoramiento de la productividad y competitividad”². ACICAM se encarga de la planeación estratégica en el gremio para fortalecer el desarrollo empresarial competitivo. Al pertenecer a la asociación, el productor se asegura de ser representado ante el gobierno en

²REVISTA DINERO. Acicam. En Revista Dinero (En línea). (1 de Febrero, 2011). Disponible en: <<http://www.acicam.org/documents/NOTASDEPRENSA01AL11DEFEBRERO2011.pdf>>.

negociaciones multilaterales y acuerdos económicos que el país decida llevar a cabo. Se ofrecen programas de capacitación para mejorar la productividad, planeación, mercadeo y desarrollo de producto.

El departamento de comunicaciones a través de su portal en internet y la revista trimestral **REVISTA DEL CUERO**, mantienen informados, tanto a productores como compradores, acerca de los últimos acontecimientos y noticias que afectan al sector del calzado. Una de las ventajas de pertenecer a ACICAM, es la participación para los productores en la Feria más importante del sector, que se celebra en el país **IFLS: International Footwear and Leather Show**.

Debido a la crisis financiera originada en los Estados Unidos, y los problemas con Venezuela, los mercados se han visto afectados por la baja demanda. Esto ha provocado la caída en los precios y sacado del mercado ha mucho empresarios. ACICAM reunió a los exportadores y productores de calzado y cuero para insistirles en la importancia de la diversificación de mercados y la innovación. Igualmente se ha hecho necesario reestructurar las cadenas productivas para la reducción de costos.

El gremio se caracteriza por la unión y por sus ideas innovadoras que se presentan en las ferias anuales. La integración del sector afianza la industria del país.

CALZACOL

Calzado Colombiano CALZACOL es una iniciativa privada colombiana que funciona bajo la filosofía de un clúster reuniendo a la comunidad de industriales y exportadores de calzado para ofrecer una guía de contactos para los compradores internacionales. Ofrece catálogos online, noticias de interés para el sector, showrooms online y un amplio directorio de contactos.

A través del tiempo se ha convertido en una herramienta de marketing en internet muy útil que concentra sus operaciones en la comunidad hispanoparlante, especialmente en Centro y Suramérica: Las empresas de calzado legalmente constituidas pueden afiliarse de manera gratuita y gozar de las ventajas de pertenecer a un clúster en el que inversionistas extranjeros pueden acceder y ver sus productos online y establecer contacto para realizar negocios³.

ASOINDUCALS:

La asociación de industriales de calzado y similares ASOINDUCALS fundada el 28 de Febrero de 1998 en Bucaramanga busca promover la integración del gremio

³ HERRERA, María. Estudio de medición de potencial exportador de la empresa de calzado manufactura. Universidad del Rosario. 2009.

del calzado, la comercialización de calzado y la generación de empleo. Se destaca por realizar ferias por todo el país y establecer convenios que benefician a todos sus miembros. Cuenta con clientes en Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, las Islas del Caribe, Florida, Perú, Venezuela y México. La membresía tiene un costo de \$350.000 pesos y hay una cuota de sostenimiento mensual de \$20.000 pesos y le permite a los miembros participar en las exposiciones que realice la organización e inscribirse a la revista de la organización, Expo ASOINDUCALS, que informa sobre las últimas novedades en el gremio y los informa sobre las últimas tendencias en materia de tecnología.

1.3.3. Ferias y Eventos

IFLS: International Footwear and Leather Show

Colombia ha venido realizando exposiciones internacionales de calzado, marroquinería, artículos de cuero, con la participación de un gran número de industriales del sector. El IFLS y la EICI son las dos grandes plataformas para el calzado, el cuero y las manufacturas, se realiza los meses de febrero y agosto, todos los años en Corferias. En esta feria participarán 500 expositores que hacen parte de la industria de la manufactura del cuero y del calzado, quienes vienen de los principales centros industriales como Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cúcuta, Eje Cafetero, Medellín y de países como Brasil, China, España, Italia, México y Perú.

Al mismo tiempo se realiza la Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología, EICI. Dentro de la feria se hace el lanzamiento del Concurso Nacional Diseña tu Zapato, el cual es una oportunidad para que los industriales del sector den a conocer sus ideas y diseños en cuero.

La estrategia surgió por iniciativa de ACICAM, con el propósito de buscar un espacio en el que se reunieran empresarios y compradores nacionales e internacionales. Es por esto, que conjuntamente al evento comercial se presentan ruedas de negocios y una agenda informativa en la que se realizaran conferencias y foros para dar a conocer tanto a compradores y empresarios sobre las nuevas tendencias y proyecciones del mercado en materia de confección, moda, y calzado. Este tipo de eventos refuerza la imagen del país como centro de moda, con productos de muy buena calidad, además les permite a los empresarios mostrar sus productos, para que estos puedan encontrar diferentes mercados.

Antecedentes Investigativos

Las mipymes y las microempresas han sido uno de los temas más analizados en los últimos años debido a su potencial económico en tanto fuente de empleo y las diferentes características particulares, las cuales posibilitan extensos márgenes de acción: número de trabajadores, tipo de producto, tamaño de mercado,

inversión en bienes y productos, el volumen de productos y ventas, el trabajo personal, separaciones y funciones laborales financieras etc., nivel de producción entre otras.

Estos factores han contribuido al posicionamiento de las mipymes en los sectores industriales más complejos.

En este sentido, y bajo el objetivo de este trabajo, se ha hecho un análisis a trabajos investigativos que versen en el tema no solo de las mipymes, sino aplicadas en el subsector del calzado y específicamente en Bogotá. Esto, con el fin de contribuir a la comprensión general del tema y realizar un balance sobre lo que se ha realizado bajo este presupuesto en el Ciudad.

Uno de los primeros textos analizados fue “plan de negocios para la empresa Buster Shoes LTDA., Pyme del sector calzado en Bogotá” realizado para la Universidad de la Salle.

Esta investigación es de suma importancia, debido a las características en términos de similitud. El planteamiento fundamental es el diseño de un plan de negocios para dicha en empresa que tiene como fin examinar los factores negativos y positivos para la medición del crecimiento productivo.

Este plan, según los autores permitirá un mejoramiento continuo en tanto se realiza un examen específico de la Mipyme en aspectos como mercado, administración, finanzas legalidad, y operación técnica, datos que contribuirán a un conocimiento objetivo de la situación de esta compañía.

La implementación de un plan de negocios, la innovación y el desarrollo de nuevos productos en las PYMES solo pueden ser evidentes de manera competitiva, si se incursiona en nuevas formas de comercialización local, regional, nacional e internacionalmente, mediante estrategias competitivas para nuevos mercados (...) En este orden de ideas, es posible formular y sistematizar el problema investigativo como un estudio de caso de una pyme del sector calzado, a fin de deducir posibles estrategias de comercialización no tradicional, mediante un nuevo plan de negocios como una nueva forma posicionar y ganar competitividad en el mercado del calzado⁴.

En este sentido, la investigación no solo evidenció los diferentes aportes y beneficios de este plan de negocios, sino que facilito la labor de dicha empresa en tanto logro identificar errores, causas, efectos, consecuencias, así como la necesidad de evaluar contantemente los planes de negocios con el fin de continuar en un proceso de mejoramiento constante.

⁴ YEPES, Carol & BLANCO, Sergio. Plan de negocios para la empresa Buster Shoes LTDA. Pyme del sector calzado de Bogotá. Universidad de la Salle. 2008., p. 3.

El segundo trabajo investigativo, se titula “proceso de innovación aplicados en empresas de la industria del cuero y el calzado, en la ciudad de Bogotá” para la universidad EAN.

Esta investigación tiene como objetivo abordar el tema de la innovación empresarial, aplicado específicamente en el subsector del calzado en la aplicación del modelo de modernización para la gestión de organizaciones (MMGO).

Para darle viabilidad a dicho proyecto los investigadores eligen 5 compañías cuyos empleados no superen los 20, en la cual el factor de innovación deba ser unos de los objetivos empresariales.

Se pretende identificar de qué manera la empresa mide las causas y los efectos, en la implementación de los procesos de innovación, que metodologías se usan, hasta donde se identifica el alcance de los proyectos y cual importante es que esta labor se realice dentro de la organización. La identificación de cada uno de los componentes tales como costos, tiempos y desarrollos obtenidos, permite tener un mejor panorama de gestión de la empresa⁵.

La investigación logra concluir que las empresas evaluadas no tienen procedimiento de sistematización sobre las innovaciones, con lo cual, y dada la imposibilidad de documentarlos, los desarrollos tienden a perderse o confundirse. Además de ello, la innovación parece ser un ejercicio solo de la parte administrativa (dueños), en la cual falta empoderamiento de los trabajadores para contribuir a ella.

Desde esta perspectiva, esta investigación articula elementos importantes puesto que no solo evalúa y examina los procesos empresariales, sino que determina las problemáticas dadas a las mipymes del subsector en la generación de nuevas ideas para el mejoramiento.

Para finalizar se encuentra la investigación titulada “factores culturales que facilitan la internacionalización para la Mipyme del calzado en Bogotá”.

Esta última investigación, es interesante en tanto parece estar alejada de la perspectiva económica, pero todo lo contrario.

Realmente, el estudio “detecta y analiza” factores que pueden llegar a facilitar la internacionalización, y cada uno de esos factores también contribuyen a generar un posicionamiento general en la comprensión de la producción, distribución, y venta del calzado.

⁵ ORTEGA, Neyla & HURTADO, Claudia. Procesos de innovación aplicados a empresas de la industria del cuero y el calzado, en la ciudad de Bogotá. Universidad EAN. 2012., p. 56.

Los factores están enmarcados en: estética, actitudes y creencias, religión, cultura materialista, educación, idioma y organización social.

Para el análisis de respuestas, se observa que temas como el tiempo de negociación, la puntualidad de la entregas permite una relación más amena y cordial con los clientes, generando confianza, agrado y recordación del producto y la empresa.

Con respecto a los factores culturales de comportamiento muchas de las pymes consideran que estas están más enfocadas en el recurso humano operativo y no en los gerentes, de igual manera tampoco se le presta mucha importancia esto debido a que ya que es un producto de consumo masivo y no se está especializado en un sector⁶.

Es tal vez, el factor más importante en el examen cultural, el de la cultura materialista enfocado hacia procesos de tecnificación puesto que es este el que permite generar cambios para acceder al mercado de una forma más segura o insertarse en negociaciones internacionales.

En concordancia, estos antecedentes de investigación son de una importancia significativa, en tanto permite observar los trabajos más cercanos al presente tema y generar apoyo teórico, metodológico y práctico.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación socioeconómica, problemas y posibles alternativas de mejoramiento de las mipymes del subsector del calzado del Barrio el Restrepo Bogotá entre el 2009-2012?

- Preguntas específicas.

¿Cuáles son las principales características socio-económicas de los propietarios de las mipymes del subsector calzado del Barrio Restrepo 2009-2012?

¿Cuáles son los principales problemas que afectan el subsector del calzado en el Barrio Restrepo 2009-2012?

⁶ AGUIRRE, ERAZO & RINCON. Factores culturales que facilitan la internacionalización para Pyme de calzado en Bogotá. Universidad Konrad Lorenz. 2010., p.4.

¿Qué estrategias permitirán el mejoramiento del subsector del calzado del Barrio Restrepo, que le faciliten competir en el mercado?

1.5. JUSTIFICACIÓN.

Esta investigación se realiza con el ánimo de interpretar la situación real del subsector del calzado, para proponer ideas de forma innovadora; de tal forma, que las mipymes del subsector del calzado del barrio el Restrepo puedan aplicar modelos de innovación en procesos productivos y administrativos a sus organizaciones, con el ánimo de mejorar sus condiciones actuales y de esta forma convertirse en empresas líderes en su nicho de mercado.

La propuesta pretende tomar como modelo varias mipymes del barrio el Restrepo y a partir de los resultados obtenidos en estas organizaciones, se puedan diagnosticar sus fortalezas y sus oportunidades.

En este sentido, el alcance de dichos diagnósticos por medio del diseño metodológico aplicado, no solo permitirá la realización de un análisis genérico por varias perspectivas de las mipymes, sino que a su vez, permite y contribuye en la identificación de las tendencias actuales y situaciones reales de dicho tema. Así pues, al recolección, la organización y el orden sistemático de datos, variables, evidenciara un diagnostico objetivo en el cual, se fijaran posibilidades y propuestas de mejoramiento continuo.

Como trabajo académico es justificable, porque le permite a los estudiantes ampliar sus conocimientos en la aplicación de modelos de gestión organizacional en innovación y crear una fuente de información para que otros investigadores y académicos puedan realizar otros trabajos.

Para la academia se justifica, porque ayuda a crear nuevas herramientas de gestión para que los empresarios y egresados, conviertan sus ideas o negocio en empresas prosperas y competitivas en el mediano y largo plazo.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico socioeconómico de las Mipyme del subsector calzado del Barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá 2009-2012, e identificar sus problemas y alternativas de solución.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Analizar las características sociales y económicas de los propietarios de las Mipyme del subsector calzado del Barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá 2009-2012.
- Identificar los principales problemas que están afectando a las Mipyme del subsector calzado del Barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá 2009-2012.
- Proponer estrategias para el mejoramiento de la competitividad de las Mipyme del subsector calzado del Barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá.

1.7. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.7.1. Universo de estudio.

En la investigación se diagnosticara la situación de las Mipyme del subsector del calzado del Barrio Restrepo en la Ciudad de Bogotá.

1.7.2. Espacio geográfico.

La investigación se realizara en el Barrio Restrepo de la Localidad Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá.

1.7.3. Tiempos a investigar y emplear.

Tiempo a emplear La investigación se desarrollará en siete meses comprendidos de Enero de 2013 hasta Agosto de 2013.

Tiempo a Investigar: Comprende el periodo entre los años 2009 y 2012.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO CONTEXTUAL.

2.1.1. Importancia de las Mipymes en el mundo y Colombia.

Todo país, dentro del marco del desarrollo económico, debe plantear una visión de largo plazo que promueva las condiciones adecuadas para lograr el desarrollo y crecimiento económico de la región en favor del bienestar social y calidad de vida de su comunidad. Hoy en día cuándo las economías desarrolladas como Japón, Corea del Sur, Malasia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y China demuestran que parte de su crecimiento económico se debe al alto índice de Pymes, los gobiernos de los países emergentes cambian su percepción y empiezan a tomar medidas para fortalecer este sector productivo e impulsarlo hacia un modelo de negocio más productivo y formal⁷.

Son países que cuentan en la mayoría de los casos, con una regulación y legislación muy clara en los que refiere a su funcionamiento, que disponen de un sistema de financiamiento y fondos de garantías definidos que operan con la finalidad de asignar recursos eficientemente, tal es el caso de Japón, que destina hasta un 60% de su cartera para la pymes y otros países donde se destina desde un 35% hasta un 50%. Son países que cuentan con centros de transferencia de tecnología, centros de desarrollo empresarial, redes de investigación adscritas a centros universitarios y estatales, redes de información de empresas para subcontratación, redes de comercialización, aportes tributarios y fiscales significativos en la creación e innovación⁸.

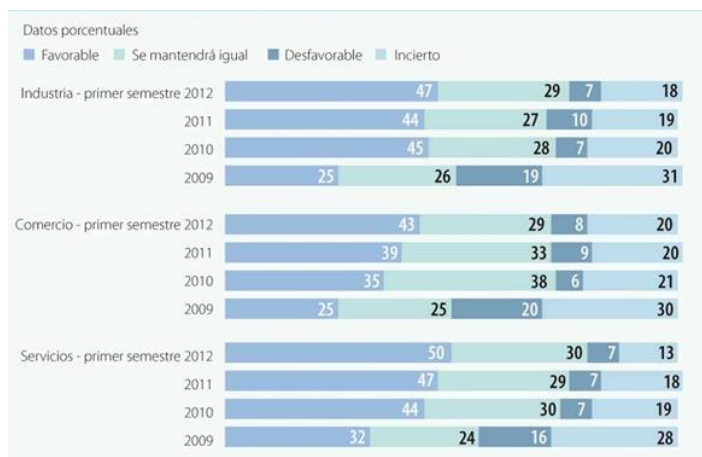
De acuerdo a estos hechos es claro inferir que las políticas establecidas son altamente eficientes, con lo cual se da una gran aportación de las pymes en los diversos sectores al crecimiento económico de estos países, las cuales se constituyen en una fuente importante de generación de empleo formal, contribuyen al valor agregado, a sí mismo como a la mayor oferta de bienes y servicios de calidad, lo que les permite incursionar en los mercados internacionales, contribuyendo a mantener una balanza comercial superavitaria, de igual manera hacen uso de tecnología, innovando constantemente adecuándose a las exigencias del mercado global.

⁷ VILLEGAS LONDOÑO. Dora Inés. TORO JARAMILLO. Iván Darío. Las Pyme: Una Mirada a partir de la experiencia Académica del MBA. Universidad Eafit. (En línea). (30 Marzo, 2010). Disponible en <<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf>>

⁸ C.I. G. I. Pymes un Reto a la Competitividad. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. 2004. p, 34.

Mientras que en Colombia las pymes, representan más del 90% del total de empresas constituidas, pierden participación de mercado y nivel de significación, en nuestro país representan aproximadamente el 31% del PIB (Ver tabla 3).

TABLA 3. Desempeño General de las Mipyme.



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Entre las características más relevantes de las Mipymes, predominan sus altos niveles de informalidad, sus bajos niveles de asociatividad, la estrechez de los mercados a los que dirigen sus productos, el bajo nivel tecnológico y de formación de sus recursos humanos, y el limitado acceso al Sector Financiero.

No obstante las pymes enfrentan diversos problemas, la mayoría de las ellas no tiene un direccionamiento claro, trabajan de manera reactiva, solucionando inconvenientes en el momento que se generan, no existen objetivos claros ni una planeación adecuada, además no hay orden en los procesos y en las áreas, es decir las tareas que se efectúan son reiteradas, se invierte mucho tiempo y no generan ningún valor. En cuanto a las personas, estas se encuentran desmotivadas, no se crea un entorno adecuado para que puedan dar todo su potencial, de esta manera no se genera productividad, que contribuya al crecimiento de la empresa, en cuanto a las personas que se encuentran en niveles jerárquicos, ejercen un poder total, fragmentando e impidiendo el desarrollo de las personas. Por otra parte las empresas carecen de un sistema de información adecuado que les permita conocer las condiciones de su sector, no poseen indicadores que rijan y logren alinear las diferentes mediciones de cada área, para integrarlo en un sistema de información, con lo cual poder tomar decisiones acertadas, con el propósito de establecer las políticas y estrategias de la empresa. Según FEDESARROLLO, los altos niveles de informalidad son mayores entre menor sea el tamaño de las empresas. Esos altos índices de informalidad en las prácticas empresariales de las microempresas reflejan su baja capacidad para

llevar a cabo actividades rentables y con potencial de expansión que les permita cubrir los costos de operar en el sector formal de la economía.

Frente a esta situación nueva percepción del mundo que exige que las empresas modifiquen su estructura organizacional y abandonen aquellas viejas prácticas en donde la codificación de conocimientos se limitaba solamente a un conjunto de procedimientos y rutinas que operaban como recetas y estaban desprovistas de creatividad e innovación. Este nuevo enfoque empresarial convierte la producción del conocimiento en el camino esencial para avanzar hacia un modelo empresarial más competitivo. En la actualidad no se habla de empresas para producir eficientemente, sino de empresas organizadas para generar conocimiento y aplicarlo en beneficio de la sociedad.⁹

Actualmente vivimos en la era de la información, el conocimiento, la tecnología, la innovación y la creatividad los cuales se constituyen en requisito fundamental de competitividad empresarial. La globalización de la economía y la constante evolución del entorno exigen a las empresas a una redefinición constante y ágil de las prácticas empresariales, en particular la de las Mipymes. Lo que encamina a una participación continua en el campo de la innovación. Michael Porter argumenta que la gestión empresarial del siglo XXI impulsaría el incremento de la productividad del trabajo del conocimiento y del trabajador del conocimiento, cuyo escenario para el aprendizaje es la misma empresa. El principal objetivo económico de una nación consiste en crear para sus ciudadanos un nivel de vida elevado y en ascenso. La capacidad para lograrlo no depende de la competitividad, concepto amorfo, si no de la productividad con los que se aprovechan los recursos de una nación: el capital y el trabajo dependen a la vez de la calidad y de las características de los productos (las cuales determinan los precios que se pueden asignar) y de la eficiencia con que se manufacturan. La productividad es a la larga el determinante primordial del nivel de vida de un país y del ingreso nacional por habitante. La productividad de los recursos humanos determina los salarios y la productividad proveniente del capital determina los beneficios que obtiene para los propietarios de los mismos.¹⁰

Ante estos hechos, es relevante decir que las pequeñas y medianas Empresas juegan un importante papel de índole social, ya que son creadoras de empleo y mitigadoras del desempleo, en razón a que son intensivas en este factor, además se constituyen en un elemento de cohesión y estabilidad social, debido a que generan oportunidades de empleo en el sector formal o informal a grupos de personas mínimamente cualificados.

⁹ Ibíd., p. 38.

¹⁰ PORTER, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Revista Facetas. No. 91-1/91. 1990. p, 37

2.2.2. La Mipyme en Colombia.

La Mipyme en Colombia tiene una evolución similar al de Latinoamérica, específicamente durante los años 80tas.

Si bien, uno de los factores a tener en cuenta en este procesos de historización económica, se debe al hecho de los aspectos técnico organizacionales derivados de la creación y puesta en marcha de este tipo de empresas, tanto de los sectores industriales como de los comerciales y de servicios: “Flexibilidad, la poseer una capacidad operativa más adaptable a los cambios del mercado, sea en el sentido de diversificar o especializar la producción, modificar procesos, ampliar o reducir la planta personal, entre otros”¹¹.

Entre los elementos que varias investigaciones tanto de entidades privadas como de entidades públicas, se ha denotado la importancia del tema gerencial administrativo persistente en el desarrollo de las mipymes, en las cuales, las figuras del “gerente” o “empresario” conforman el entramado propio de la empresa. Esto, se debe a que en gran parte de las mipymes, el creador e innovador ha sido los mismos individuos, y que se autorreferencial como gerente o director de la empresa, resultando en un modelo activismo económico referido a: liderazgo creatividad, asertividad, toma de decisión, tolerancia, niveles de logros, iniciativa, independencia etc. ¹²

2.2.3. La industria del cuero y la marroquinería en Colombia.

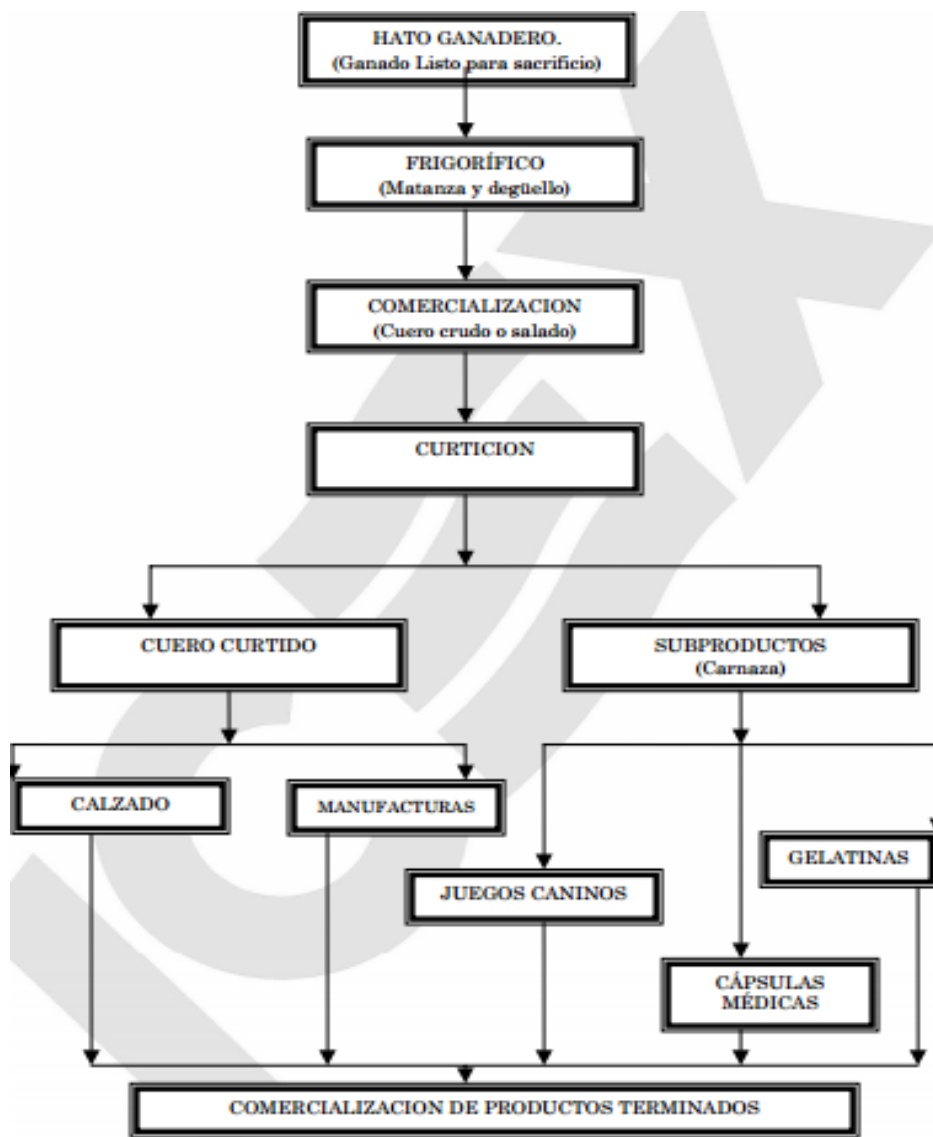
En el panorama general del sector, se logra observar un sistema productivo en cadena, el cual consta desde la selección y crianza del ganado, seguido por el sacrificio y el curtimiento, finalizando con los productos terminados (Ver Figura 1).

A continuación, se expone el desarrollo productivo en cadena del cuero y el proceso manufacturero.

FIGURA 1. Proceso productivo cadena del cuero y sus manufacturas.

¹¹ PEREZ, Rafael. Gerencia de las mipymes en Santa Fe de Bogotá. Un caso de cuatro sectores económicos. Escuela de Administración de Negocios. 1999, p. 43.

¹² Ibídem. p. 43.



Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior 2009.

En este sentido y respecto a la cadena de producción específicamente cuando el cuero es utilizado para la realización de calzado, se habla de 6 eslabones inherentes a su sostenimiento:

1. Hato ganadero: en este punto, se cría el ganado con el fin de ser sacrificado para obtener carne teniendo como finalización el consumidor.
2. Mataderos: En este espacio se sacrifica el ganado, separando la piel de la carne y conservándose en lugares especiales para su utilización posterior.

3. Curtiembre: es la realización de procedimientos físicos y químicos, que tiene como resultado transformar la piel en una material resistente y duradero.
4. Fabricación de calzado: para la realización de esta actividad, se requiere de otras materias que complementan el eslabón, como lo es, cauchos, plásticos, pegantes, diseños, etc., logrando la constitución del producto.
5. Manufactura de cuero: en este eslabón, se crean productos como bolsos, cinturones y prendas para el uso diario.
6. Distribución y comercialización: la finalización de la producción es puesta para el acceso del consumidor final¹³.
7. Manufactura de cuero y calzado

En principio, el origen de la elaboración del cuero y el calzado son de tipo artesanal, lo que ha contribuido en la permanencia de grandes compañías con avances tecnológicos junto a pequeñas y medianas empresas. Además de ello, cabe anotar la alta competitividad generada por el contrabando, principalmente proveniente de China, donde los procesos de producción para el calzado son superiores, generando deslealtad y desequilibrio para los productores nacionales.

Para inicios del siglo XXI, la industria del cuero en el país configuraba una producción bruta de US\$16.917.292 dólares, con una posibilidad de generación de empleo directo de 6,314 colombianos. Dicha clasificación, tendría una producción neta para la industria del cuero de US\$11.278.195 y el cuero con materia prima, de US\$5.639.097, y constituyendo de esta forma 3.888 y 2.426 empleos.¹⁴

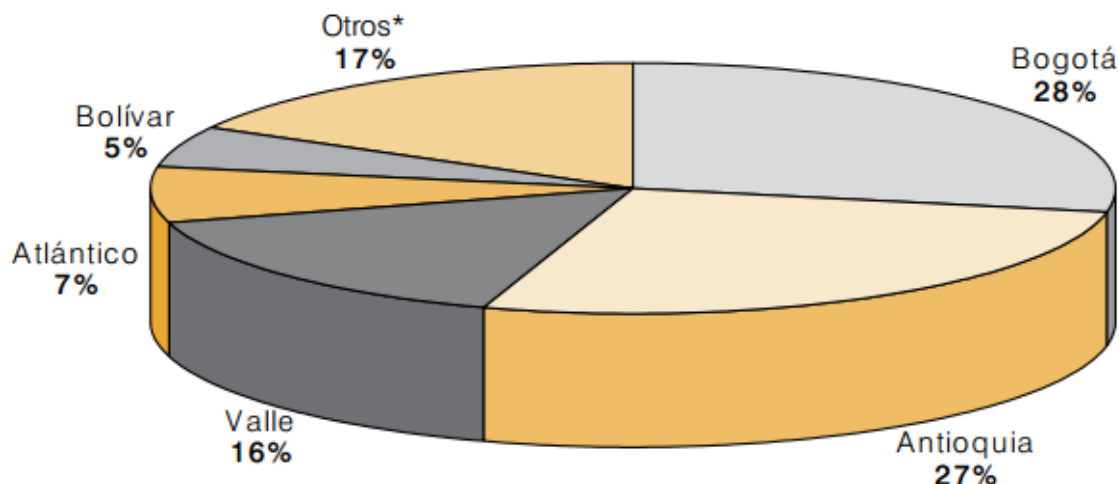
A pesar de ello, el sector se consolida en factores como el empleo y comercialización exterior desde mediados del 2.000. Solamente entre el 2003 y 2004, a la producción aumentó un 11,5%. En términos geográficos, la cadena productiva se organiza de la siguiente forma: un 84% se logra encontrar en Antioquia, Bogotá, Valle, Atlántico y Caldas, mientras que el 16% en otros departamentos como Cundinamarca y Santander (Ver gráfica 1).

A continuación, se observa la cadena de producción según el origen geográfico.

¹³ D.N.P. Cadena cuero, calzado y manufacturas. Documentos Sectoriales. Departamento Nacional de Planeación. 2007. p, 12.

¹⁴ ICEX. El mercado de cuero y marroquinería en Colombia. oficina económica y comercial de la embajada de España en Bogotá. En línea). (24 Junio, 2004). p, 11. Disponible en Internet: <<http://www.plancomo.org/pdf/34/2004-Colombia.pdf>> .

GRAFICA 1. Principales productos de importaciones de la cadena según origen (Promedio 2002-2005).



Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior 2009.

Para finalizar la primera década del siglo XXI, los diferentes gremios del calzado ya hablaban de un crecimiento que va desde 11 % hasta el 18%, permitiendo nuevamente colocar el sector como uno de los dinamizadores de la economía del país.

Pero es a partir del International Footwear and Leather Show, un espacio donde se permitirá mostrar hacia el mundo, los desarrollos y el vanguardismo creado en el calzado colombiano, donde se evidencia que más de la mitad (55%) de los empresarios productores de calzado, observan como “buena” la situación de sector, y un 39,5% como “regular”, incentivando un ambiente de confianza.

Para el año 2012, estas cifras continuaran en aumento a pesar de las amenazas que contenía el TLC con China y la importación del 24 % de calzado de ese país, sin embargo la industria vería florecer un 15,4 % en su crecimiento anual hasta el presente año¹⁵.

2.2.4. Localidad Antonio Nariño.

La Localidad de Antonio Nariño está ubicada en el sur de la ciudad. Esta localidad no posee suelo rural y es la segunda localidad con menor extensión en el Distrito, precedida por La Candelaria. En ella se localiza el 2,4% de las empresas, equivalente a 4.897. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (74%) y la industria (23%).

¹⁵ REVISTA DINERO. International Footwear and Leather Show. En Revista Dinero (En línea). Disponible : <http://www.acicam.org/documents/NOTASDEPRENSA01AL11DEFEBRERO2011.pdf>

En la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas (4.897), 4.527 son microempresas que representaron el 92% de localidad y el 2.4% de Bogotá, de igual al importancia dentro del PIB de la ciudad.

El sector económico en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad Antonio Nariño es el de servicios: comercio (45%), hoteles y restaurantes (9%), servicios inmobiliarios y de alquiler (7%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (5%), y otros servicios comunitarios (5%).

El 79% de las empresas de la localidad son personas naturales, y el 21% de personas jurídicas, predomina la clase media: el 93,4% de los predios son de estrato 3 y el 4,6% pertenece a predios de estrato 2. Así mismo, es la cuarta localidad de Bogotá con menor número de personas con necesidades básicas insatisfechas (NBI), 3.104 personas. El 14,3% de la población está clasificada en nivel 1 y 2 del SISBEN¹⁶.

Antonio Nariño está ubicado en el sur de Bogotá y limita, al norte, con la localidad de Los Mártires y Puente Aranda; al sur, con las localidades de Rafael Uribe Uribe y Tunjuelito; al oriente, con la localidad de San Cristóbal, y al occidente, con Puente Aranda. Antonio Nariño tiene una extensión total de 488 hectáreas, todas ellas urbanas, de las cuales 16 corresponden a suelo protegido.

2.2.5. Población.

Esta Localidad es la tercera de Bogotá más pequeña en población, 104.000 (1,5% del total), lo que en términos de población la hace comparable con municipios como Girardot o Fusagasugá los cuales tienen 127 mil y 104 mil habitantes respectivamente. Además, es la sexta localidad con mayor densidad de población: 211 personas por hectárea, por encima del promedio de la ciudad.

Una característica de la estructura de la población es la elevada participación de jóvenes: el 42,7% es población menor de 25 años. Al igual que en las demás localidades de la ciudad, dentro de la participación en Antonio Nariño las mujeres tiene una mayor participación (53.4%) por encima del promedio de Bogotá (53%).

Por otro lado, el promedio de personas por hogar, 3.6 es superior al de la ciudad (3.5), e inferior al de localidades como San Cristóbal, Ciudad Bolívar y Usme en donde el promedio es de 3.9.

¹⁶ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Perfil Económico y Empresarial de las Localidades de Antonio Nariño, Tunjuelito y Rafael Uribe. (En línea). (24 de Octubre, 2010). Disponible en: <http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=74&conID=920>

2.2.6. Condiciones y Calidad de Vida

El Índice de Condiciones de Vida (90.92%) es superior al de Bogotá (89%.4), y ocupa el decimosegundo lugar entre todas las localidades del Distrito. Un factor importante en este componente es la recreación y deporte.

La localidad cuenta con 66 parques distritales, que corresponden 1.4% del total de parques de la ciudad. De otro lado, Antonio Nariño es la decimosexta localidad en personas con necesidades básicas insatisfechas NBI, que corresponde al 3%, además el 14% de la población está clasificada en nivel 1y 2 del SISBEN.

Por otra parte, el acceso a los servicios públicos en la localidad es superior a la ciudad, Antonio Nariño presenta casi coberturas universales en los servicios públicos como acueducto, alcantarillado y energía eléctrica.

Cerca del 72% de la población de Antonio Nariño está afiliada al Sistema de salud. La mayoría de la población afiliada pertenece al régimen contributivo 91%, mientras que el 9% están dentro del régimen subsidiado¹⁷.

2.2.7. Infraestructura Urbana

Son los proyectos que tienen un impacto directo sobre la productividad como: La inversión pública en infraestructura en el sistema de movilidad y el espacio público.

Antonio Nariño se beneficia con el sistema Transmilenio, que cuenta con dos vías que pertenecen a la red: Avenida Caracas y NQS.

Asimismo, a la localidad la atraviesan vías como: La Avenida Primero de Mayo, la Avenida Darío Echandía o Avenida Carrera Décima, la Avenida Jorge Gaitán Cortés, la Avenida de la Hortúa o Avenida Calle Primera, la Avenida Mariscal de Sucre, la Avenida General Santander o Avenida Carrera 27 y la Avenida Fucha. De acuerdo con el Instituto de Desarrollo Urbano el 80% de las vías de la localidad se encuentran en estado de deterioro.

Los parques zonales cuentan con mobiliario urbano, canchas deportivas, zonas de juegos infantiles, espacios verdes arborizados y senderos peatonales de la localidad. En Antonio Nariño se localizan los siguientes parques zonales: Ciudad Jardín, La Fragua y Villa Mayor.¹⁸

¹⁷ Ibíd.

¹⁸ Ibíd.

2.2.8. Condiciones de Seguridad

Los mayores problemas que se presentan en la localidad de Antonio Nariño son el hurto a personas, hurto de vehículos y hurto a establecimientos. En cuanto al equipamiento en materia de seguridad local, Antonio Nariño cuenta con un importante pie de fuerza (contando oficiales y suboficiales). Así mismo, existen tres Centros de Atención Inmediata (CAI).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Asimetría económica: En el mundo, existen modelos de medición económica dependiendo de los sectores que este haya desarrollado. Algunos países poseen una capacidad superior para producir y consumir entre otras, lo cual le permite tener una ventaja respecto a otras economías nacionales, como es el caso de los Estados Unidos. Desde esta perspectiva se habla de asimetría en cuanto existe una desigualdad latente en un proceso comercial, cuando una económica tiene desventajas respecto a otra, lo que genera desigualdades comerciales¹⁹.

Apertura: Se refiere principalmente a la integración de una economía nacional dentro de los sistemas internacionales de comercio. Apertura significa abrirse a las posibilidades de generar tratados o acuerdos para proponer competitividad y comerciar libremente con determinadas normatividades en términos de impuestos, aranceles entre otros²⁰.

Balanza Comercial: Es la diferencia entre las exportaciones y las importaciones.

Capital: Es el elemento y el factor esencial de la producción. Está compuesto por todo aquello que permite generar productividad, como las maquinarias, las zonas de producción rural, las fábricas, las empresas y es constituido también por el mismo dinero. El capital también es la acumulación de estos bienes para generar la plusvalía, es decir la ganancia sobre los costos y la tenencia de los modos de producción, para generar y aumentar dicho capital.

Comercio: La definición tiene varias interpretaciones y puede articularse a partir de procesos históricos, desde el mismo nacimiento de las civilizaciones. En primer lugar se debe tener en cuenta la generación de un proceso productivo con el cual un sujeto o colectividad negociará para generar comercio. Para que el comercio se dé, debe existir un intermediario, que por ejemplo en las primeras civilizaciones, realizaba el intercambio de una producción local con otra civilización en la cual se

¹⁹ UTHOFF, Andras. Mecanismos para enfrentar asimetrías económicas y sociales en los procesos de integración de América Latina y el Caribe. Naciones Unidas. CEPAL. México. 2004.

²⁰ Cafiero, Carlos. El capital al alcance de todos. Utopía libertaria. Buenos aires. 2010.

podía sacar una ganancia o en la actualidad un lucro. En esa medida el economista Nuri Rodríguez define este proceso como “la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías, con el objetivo de obtener un lucro”²¹.

Competitividad: Esta se propone como forma de medición. Para realizar un proceso de competitividad económica se hace necesaria la “incorporación de un progreso técnico”, con el fin de promover un desarrollo ecuánime de la técnica para mejorar los procesos de producción. La promoción de diversidad “productiva”, mediante la calidad, coadyuva a que los países y los sistemas económicos puedan competir mediante acuerdos comerciantes, con el fin de dinamizar la economía interna y producir un plus valor.

Comercio Aglomerado: Zonas conformadas por establecimientos de comercio y servicios varios en proceso de consolidación.

Comercio Cualificado: Zonas consolidadas de escala metropolitana y urbana conformados por establecimientos de comercio y ventas al detal.

Comercio Transfronterizo: Es un modo de suministro o comercio de servicios, en que los servicios se suministran desde el territorio de un miembro de un acuerdo comercial al territorio de otro miembro. Se recopila los procedimientos que se requieren para exportar e importar un cargamento estándar de mercaderías. Se cuenta cada procedimiento oficial: desde el acuerdo contractual entre las dos partes hasta la entrega de las mercaderías; también se contabiliza el tiempo necesario para completar el proceso²².

Clúster: Concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular para la competencia.

Curtiembre: Es el lugar donde se realiza el proceso por el cual la piel es sometida a la acción de agentes químicos y adquiere propiedades de suavidad y resistencia a la degradación, resistente a la degradación para transformarse en cuero para la industria²³.

Curtido Vegetal: Curtidos obtenidos exclusivamente con agentes curtientes vegetales o bien con éstos adicionados de pequeñas cantidades de otros agentes curtientes, usados solamente para contribuir al proceso de curtación o para mejorar el curtido, pero no en cantidad suficiente para alterar el carácter esencial de la curtición vegetal.

²¹ RODRIGUEZ, Nuri & LOPEZ, Carlos. El comercio. (En línea). Disponible en: <http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>

²² FEENSTRA, Robert & Tylor, Alan. Comercio Internacional. Barcelona. Editorial Revisté. 2011.

²³ C. N. M. A. Guía para el control y prevención de la contaminación Industrial. Curtiembre. Santiago. Comisión Nacional del Medio Ambiente. 1999.

Demanda: Son los bienes y servicios que el consumidor necesita para desarrollarse socialmente, es decir, demanda cierta cantidad de estos productos para suministrarse todo aquello que considera necesario para la satisfacción.

Distribución y comercialización: los artículos de cuero fabricados son puestos a disposición del consumidor²⁴.

Exportación: La exportación es el mecanismo por el cual se permite la salida legal de productos, bienes o servicios de un país nacional, con destino al extranjero para su comercialización. El desarrollo de la exportación se puede realizar desde “los puertos marítimos, fluviales y lacustres, aeropuertos y fronteras aduaneras habilitadas”. El objeto central de este proceso, es poner en otros mercados la producción interna²⁵.

Guarnicionería: Es el arte de trabajar diversos artículos de cuero o guarniciones para caballerías. Se considera guarnición a todos los elementos de la espada que sirven para sostenerla o para proteger a la mano o manos que la empuñan, así como a la fabricación o arreglo de sillas de montar de caballería.²⁶

Fabricación de calzado: proceso donde materias primas como cuero, sintéticos, hilos, suelas pegantes y otros materiales son transformados mediante diseños, modelaje, corte guarnecida y soldadura en un zapato conveniente para el uso humano.

Fluctuaciones: Son “aceleraciones y desaceleraciones” en ciertas etapas de la dinámica o el movimiento económico, por lo tanto puede generar proceso de ensanchamiento o minimización de un ciclo comercial²⁷.

Manufactura de Cuero: se pueden organizar en ocho grupos como son bolsos, productos pequeños de cuero como billeteras, cigarreras, portafolios, guantes, cinturones, productos para viaje, res y estuches de cámara, aun que su materia prima básica es el cuero curtido, en su fabricación se utilizan otros materiales como forros sintéticos, hilos, herrajes y pegante, principalmente²⁸.

²⁴ Ministerio de Desarrollo Económico. Los retos de la cadena de cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI. MIN Desarrollo. 2001.

²⁵ MATTEUCCI, Mario. La exportación de Bienes y Servicios: Conoce la regulación de la Ley del IGV. Disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/item/141503/la-exportacion-de-bienes-y-servicios-conoce-la-regulacion-en-la-ley-del-igv>

²⁶ HERRANZ, Elena. Guarnicionero por generación espontanea. Revista a la Vaquera. 2009. p. 78.

²⁷ HERNANDEZ, Alejandro. Conceptos para hablar en el análisis de los precios: inflación, deflación y estanflación. Disponible en Internet <<http://www.economiatic.com/conceptos-para-hablar-el-analisis-de-los-precios-inflacion-deflacion-y-estanflacion/>>

Importación: Es la puesta en marcha de las relaciones comerciales, donde una nación o Estado permite introducción de productos, bienes o servicios extranjeros en la economía local para el consumo interno de la sociedad. La importación permite que la sociedad importadora conozca, utilice y consuma productos que en cierto caso no crea el propio país, o conseguir los elementos a más bajos costos y con mejor calidad²⁹.

Ingreso Nacional: Es la suma, durante un año, de todos los ingresos individuales de los nacionales de un país.

Marroquinería: Es el trabajo que se efectúa con el cuero. Con este material se producen bolsos, maletines, correas.

NBI: Es un método directo para identificar carencias críticas en una población y caracterizar la pobreza, En Colombia, se tienen en cuenta las siguientes NBI: viviendas con hacinamiento crítico, con condiciones físicas impropias para el alojamiento humano, servicios inadecuados, alta dependencia económica o niños en edad escolar que no asisten a la escuela.

Busca determinar, con ayuda de algunos indicadores, (vivienda, servicios sanitarios, educación básica e ingreso mínimo) si las necesidades básicas de la población se encuentran cubiertas. Los grupos que no alcancen un umbral mínimo fijado, son clasificados como pobres³⁰.

Población flotante: Es el contingente demográfico compuesto por aquellas personas que, aún no estando oficialmente inscritas en el censo de población de la comunidad, residen temporal o permanentemente en un ámbito geográfico comunitario, puede ser, ciudad, pueblo, etc.³¹.

Ruedas de Negocios: Es un mecanismo simple de acción directa, que consiste en reuniones de empresarios, instituciones y organizaciones, de uno o más países, para celebrar entrevistas y promover contactos entre sí, con el propósito de realizar negocios y relaciones asociativas. Además, permite lograr transacciones inter-empresariales en bienes y servicios para el desarrollo de aquellas empresas que participan en ella. Permite a las empresas iniciar actividades internacionales; realizar estudios de mercado a costos reducidos; conocer y acceder a nuevos mercados; a nuevas oportunidades de negocio; y conocer las adaptaciones que deberán realizarse a los productos.

²⁹ BOLETÍN AGRARIO. Diario Digital Independiente. (En línea). Disponible en: <<http://www.boletinagrario.com/ap-6,glosario,503,importacion.html>>

³⁰ FERES, Juan y MANCERO, Xavier. El método de las necesidades básicas Insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina. Estudios estadísticos y prospectivos. CEPAL. 2001.

³¹ EPISTEMYKA. Métodos estadísticos para el cálculo estimativo de la denominada población flotante. Geoconyka. 2008.

Oferta: Son todos los productos, bienes y servicios que se ofrecen al consumidor con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor y comercializar dichos elementos mediante la venta.

Peletería: Son sitios dedicados a la venta de insumos para el sector calzado, como los sintéticos, cuero natural, pegantes, telas etc.³².

Precio: Es una expresión del valor para producir un bien o producto. Dentro del precio se debe ubicar los gastos básicos que permitieron generar la producción, pero también costear los impuestos nacionales y permitir un tipo de ganancia, por lo cual se identifica generalmente como la “cantidad de dinero que se cobra”³³.

Producción: Se convierte en la forma mediante la cual se crea, se elabora un producto o servicio para su consumo o utilización en la sociedad. Los medios que dispone el colectivo o los individuos para producir, se realiza mediante los factores de producción; tierra, capital y trabajo, para la satisfacción social. También es necesario desarrollar técnicas que contribuyan a crear nuevas formas de producción más funcionales³⁴.

Población Económicamente Activa: Corresponde a la fuerza laboral efectiva de un país, al estar constituida por las Personas en Edad de Trabajar (PET) que están laborando o buscan trabajo. Corresponde a las personas que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no³⁵. Mide la cantidad de personas que están interesadas en participar activamente en el mercado de trabajo.

Producto Interno Bruto: Refleja el resultado definitivo y total de toda la producción nacional. “Se mide desde el punto de vista del valor agregado, de la demanda final o las utilizaciones finales de los bienes y servicios y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes”³⁶.

Proteccionismo: Es una práctica comercial en donde a todas la exportaciones se le coloca una serie de obstáculos e impuestos con el objetivo de proteger la industria nacional. El proteccionismo se basa en la idea fundamental de promover beneficio al productor nacional y tener como punto de partida la economía local. Cuando los aranceles o los obstáculos a las exportaciones son superiores, se

³² MINISTERIO DE TRABAJO. Programa de curso de formación profesional y ocupacional. Maquinista de peletería. Instituto nacional de empleo. Madrid. 2005.

³³ THOMPSON Iván. Definición de Negocio. (En línea). (01 de Enero de, 2006). Disponible en Internet: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>

³⁴ ARZUBI, Amilcar. Teoría de la producción. Universidad de Córdoba. 2003.

³⁵ FRANCO, María. proyección de la población económicamente activa. Oficina Nacional de Estadísticas. 2008.

³⁶ DANE. Preguntas frecuentes. Producto Interno Bruto. (En línea). (15 de Julio de, 2000). Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_pib.pdf>

encarecen los productos internacionales, dándole prioridad a lo generado en el país³⁷.

Talabartería: Es la actividad de trabajar el cuero de los animales, para realizar montajes, corrajes, fundas entre otros³⁸.

Teleinformática: Es la tecnología de comunicaciones alámbricas e inalámbricas.

Ahorro Nacional: El ahorro nacional es la suma del ahorro público y el privado.

Inversión de Cartera: Inversiones realizadas con capital extranjero en acciones y bonos convertibles en acciones y demás valores negociables en bolsa de valores.

Tratado de Libre Comercio: Es un acuerdo principalmente comercial y económico entre dos o más países, con el cual se busca la posibilidad de entrar a mercados nacionales con tarifas especiales de aranceles e impuestos. Los tratados de libre comercio van dirigidos a generar satisfacción social, mediante la "circulación libre de bienes "de consumo"³⁹.

UPZ: Unidad de Planeación Zonal. Son zonas urbanas más pequeñas que una localidad, pero de mayor tamaño que un Barrio, su función primordial es servir como sectores para planificar el desarrollo urbano en el nivel zonal.

Valor Agregado: Es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial, generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores, y que le da al negocio o empresa, cierta diferenciación⁴⁰.

2.4. MARCO TEÓRICO

A continuación, se realizará un breve recorrido por las principales y preponderantes tendencias económicas del siglo XX, las cuales han sido funcionales en la creación, adaptación y modelación de las mipymes en la actualidad, lo cual permite, identificar enclaves necesarios a nivel histórico, que

³⁷ FERNANDEZ, Marta El proteccionismo frente al libre mercado. (En línea). (15 Sep., 2006). Disponible en Internet: <http://roble.pntic.mec.es/jprp0006/biblioteca/proteccionismo_vs_libre_mercado.pdf>

³⁸ PEREZ, Claudia. Bordando la identidad: talabartería, migración y prestigio social en Clotlan. El colegio de San Luis. 2007.

³⁹ Centro de Documentación Política comercial de Colombia en el mundo. Tratados de Libre Comercio. Universidad Sergio Arboleda. (En línea). (24 Febrero, 2008). Disponible en Internet: <<http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/tratados-libre-comercio-colombia.htm>>

⁴⁰ MEJIA, Alberto. Los diferentes conceptos del valor. Documentos planning. (En línea). (24 Febrero, 2008). Disponible en Internet: <file:///C:/Users/William%20Andres/Downloads/los_diferentes_conceptos_de_valor.pdf>

explican los relacionamientos amplios y complejos entre el pasado económico y su evolución actual.

Esto, con el objetivo generar conexiones entre la teoría económica general, la competitividad económica moderna, las mipymes y las variables aplicadas al caso de la presente investigación.

2.4.2. Generalidades sobre la teoría económica actual.

La concepción sobre el desarrollo en la economía se caracteriza por su multiplicidad y por lo tanto no existe una postura unánime alrededor de un conjunto de planteamientos diversos. Como consecuencia se han postulado a lo largo de la historia de la ciencia económica, diferentes teorías del desarrollo enmarcadas en diferentes formas de pensamiento e ideologías. Estos distintos enfoques han sido influenciados de una forma significativa por los periodos históricos en los que se originaron cada una de las teorías.

En este sentido, el desarrollo se convierte en un concepto histórico, lo que significa la ausencia de una definición única, sino que éste ha evolucionado de acuerdo al pensamiento y los valores dominantes de la sociedad.

El concepto de desarrollo se relaciona con la idea de futuro que cada sociedad se propone como meta para el colectivo humano. El desarrollo hay que entenderlo como una categoría futuro. Cuando se establece las prioridades de lo que se entiende por desarrollo, en última instancia, no se está sino afirmando cuál es la visión de lo que se quiere en el futuro⁴¹.

De igual forma, el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas, PNUD, mide el desarrollo humano de los países, mediante el Índice de Desarrollo Humano, el cual agrupa tres componentes con igual ponderación: el PIB per cápita, la expectativa de vida y el nivel de alfabetismo. Es importante decir que, el de alfabetismo, es un promedio ponderado de la tasa de alfabetización de adultos con una ponderación mayor, mientras que la tasa de matrícula tiene una menor. La tasa de alfabetización adulta, según el Banco Mundial, concierne al porcentaje de la población mayor de 15 años que puede, leer y escribir alguna frase sencilla. Es importante aclarar que el índice define el desarrollo en función de sus tres componentes y por lo tanto se expresa como un indicador de desarrollo humano

⁴¹ DUBOIS. Alfonso. Un Concepto de Desarrollo para el siglo XXI. Universidad de Deusto. (En línea).

Disponible:<http://www.umanizales.edu.co/publicaciones/campos/economicas/lumina1/html/8/conc_epdesar.pdf>

más que económico. Aunque incluye el PIB per cápita desde el punto de vista económico, es discutible si la expectativa de vida y la tasa de alfabetización al ponderar con la matrícula, son las variables más apropiadas, en razón a que la expectativa de vida no revela la productividad de las personas se limita al número de años vividos. La alfabetización y la educación son importantes, sin embargo se excluyen otras variables relevantes como el empleo de calidad, la estabilidad de precios, o la vivienda digna.

Teniendo en cuenta estos aspectos, el desarrollo ha sido estudiado y debatido por diferentes Autores y Escuelas del Pensamiento, que explican cómo conseguirlo. Es así como para el Modelo Clásico el papel del mercado posibilitaba el desarrollo, en razón a que la división del trabajo, permitía la especialización y el incremento de la productividad. Como consecuencia, estaban en contra del proteccionismo, la excesiva regulación y la intervención del Estado en la Actividad Económica.

Adams Smith ve existir una sociedad gracias al cambio y a la división del trabajo, ligado este último, a la riqueza social; asimismo analiza que la división del trabajo está limitada por la amplitud del mercado. A diferencia de mercantilistas y fisiócratas, Smith considera al trabajo como la única fuente de riqueza; lo importante es que no está relacionado con el servicio de las necesidades personales, si no con la producción y el intercambio de mercancías. La división del trabajo, señala, eleva la productividad de trabajo y el aumento de esta incrementa el volumen de la producción, por lo tanto la riqueza crece.⁴²

Adam Smith, manifiesta que el mercado estaba conducido por una mano invisible, es decir hace que cada agente económico, al perseguir su propio interés, aporta al interés general.

Para Smith, la sociedad es una manufactura gigantesca en la unas empresas se adaptan a las necesidades de otras, es decir, identifica la división del trabajo dentro de la manufactura y en la sociedad, confundiendo ambas cosas y las interpreta sin relación con la historia, ya que solo considera a esta como tal en la sociedad que conoce las mercancías.⁴³

Por otra parte el Modelo Neoclásico, explica el crecimiento de la producción como una función del crecimiento de los factores, en especial el capital y el trabajo, es decir la importancia relativa de cada uno depende de su participación en la renta.

La teoría neoclásica se enfoca en el análisis marginalista y el equilibrio de oferta y demanda. Entre los supuestos de la escuela neoclásica está que el

⁴² MALDONADO, Adolfo. Ensayo de las ideas políticas de los Clásicos más relevantes. Instituto Politécnico Nacional. México. 2008. p. 60.

⁴³ *Ibíd.*, p. 70.

comportamiento económico surge del comportamiento agregado de individuos y agentes económicos, que son racionales y tratan de maximizar su utilidad o beneficio mediante elecciones basadas en la información disponible.

E. Roy Weintraub expresa que la economía neoclásica se basa en tres cuestiones, sin embargo algunas ramas de la teoría neoclásica pueden tener distintas aproximaciones:

1. Las personas tienen preferencias racionales hacia los resultados que pueden ser identificados y asociados con un valor.
2. Los individuos maximizan la utilidad y las empresas maximizan la ganancia.
3. Las personas actúan independientemente con base en información completa y relevante.

Mientras que la teoría Keynesiana, surge como respuesta a la Gran Depresión, ya que antes de la misma muchos economistas consideraban al desempleo como un problema temporal y sin ninguna relevancia relacionado con las fluctuaciones de la economía. Sin embargo la constante depresión quebranto la confianza.

La Gran Depresión azoto a la economía norte americana de manera inesperada, ya que esta tenía empleo, pero a finales de año bordeaba el 25% de desempleo de la PEA, afectando al resto del mundo. Ante esta situación la teoría clásica fue puesta en duda y surgieron nuevas teorías acerca del equilibrio macroeconómico y el desempleo. Es así como Keynes evidencio que una economía podría estancarse en un equilibrio donde el nivel de producto estuviera muy por debajo de su nivel de pleno empleo. Keynes afirmo que una economía en equilibrio con pleno empleo sería inestable y proclive a caer nuevamente en una depresión.

Entonces el modelo keynesiano del equilibrio macroeconómico considera que, dada la existencia de salarios nominales rígidos el mecanismo de autorregulación de la economía no es capaz de recuperar automáticamente el pleno empleo cuando la demanda agregada disminuye. Como consecuencia el origen del desempleo radica en que la demanda agregada es limitada, es decir, el gasto en bienes y servicios es insuficiente. Es así como es pertinente tomar medidas para recuperar el nivel de demanda agregada que asegura el pleno empleo y así impedir la caída en el nivel de ingreso real y la generación de empleo. Por lo tanto el Estado debía asumir la responsabilidad de controlar la demanda agregada, extendiendo el gasto público, de forma que aumentando el gasto público se aumente el empleo el cual a su vez vuelva a crear empleo hasta volver a conseguir otro punto de equilibrio.

Finalmente el propósito de Keynes fue el de otorgar a las instituciones nacionales e internacionales de poder, para intervenir en la economía en las épocas de crisis, mediante el gasto presupuestario del Estado. La finalidad económica para

establecer estas políticas, parte, del efecto multiplicador que produce ante un incremento en la demanda agregada.

Por otra parte, la teoría de la dependencia, surge en los años sesenta, la cual pretende explicar los obstáculos que encuentran algunos países para el incrementar el crecimiento y el desarrollo económico; expuestos por el economista Raúl Prebisch y la CEPAL.

Prebisch argumenta que la dependencia económica es una situación en la que la producción y riqueza de algunos países está limitada por el desarrollo de otros países, como consecuencia permanecen en un entorno de sometimiento. Es así como el modelo centro-periferia expone la relación entre la economía central, competitiva y boyante, y las economías periféricas, con desequilibrios macroeconómicos, con bajo crecimiento y cerradas. En contraposición a la idea clásica de que el comercio internacional beneficia a todos por igual, por lo tanto Prebisch considera que sólo las economías centrales son las que se benefician, de esta manera expone los mecanismos mediante los cuales el comercio internacional genera mayor pobreza en los países periféricos ya que la especialización hace que las economías periféricas sean productores exportadores de materias primas y productos agrícolas y consumidores-importadores de bienes finales y tecnológicamente avanzados.

De tal manera que, los países latinoamericanos establecieron una estrategia de desarrollo basada en el proteccionismo y la sustitución de las importaciones, además los bancos centrales latinoamericanos aplicaron políticas monetarias para apreciar las monedas, con el propósito de abaratar sus importaciones de bienes de capital. Es importante decir que la estrategia funcionó satisfactoriamente durante la década de los setenta en la que se originó un incremento generalizado del precio de las materias primas en los mercados mundiales.

No obstante, se produjo la contracción de la demanda internacional y el aumento de los tipos de interés lo que provocó que en la década de los ochenta se generó la crisis de la deuda externa, lo que requirió el replanteamiento de la estrategia de desarrollo.

Según Prebisch para crear condiciones de desarrollo dentro de un país se deben dar unas condiciones como:

- Controlar la tasa de cambio, poniendo mayor énfasis en políticas fiscales que en políticas monetarias;
- Promover un papel gubernamental más eficiente en términos de desarrollo nacional;

- Crear una plataforma de inversiones, dando prioridad al capital nacional.
- Permitir la entrada de capitales externos siguiendo prioridades ya establecidas en planes de desarrollo nacionales;
- Promover una demanda interna más efectiva en término de mercados internos como base para consolidar el esfuerzo de industrialización en Latinoamérica en particular y en naciones en desarrollo en general;
- Generar una mayor demanda interna incrementando los sueldos y salarios de los trabajadores;
- Desarrollar un sistema seguro social más eficiente por parte del gobierno, especialmente para sectores pobres a fin de generar condiciones para que estos sectores puedan llegar a ser más competitivos; y
- Desarrollar estrategias nacionales que sean coherentes con el modelo substitución de importaciones, protegiendo la producción nacional al imponer cuotas y tarifas a los mercados externos⁴⁴.

Por otra parte la Teoría del desarrollo por etapas expuesta por Rostow, propone una enfoque integral del desarrollo económico, incluyendo aspectos políticos, institucionales, culturales e históricos que apoyan el crecimiento económico, el cual se da en una serie de etapas donde suceden ciertos cambios, en la producción, y en las tradiciones de la sociedad en donde esta se caracteriza por una mayor predisposición a invertir, mayor actitud hacia el emprendimiento, además de un notorio interés por los avances tecnológicos, el modelo parte del supuesto que todos los países habrían estado situados en la etapa inicial en algún momento que serían subdesarrollados y que los países se ubican en lugares de mayor o menor avance, dependiendo principalmente del dinamismo presentado por factores internos, además caracteriza cada posición por un conjunto de propiedades sociales y económicos propias de cada etapa.

En la Primera etapa: Sociedad tradicional: La economía de este período se caracteriza por una actividad de subsistencia, predomina la economía agraria donde la totalidad de la producción está destinada al autoconsumo, por lo que no se genera excedente para intercambio comercial. El comercio se limita a métodos de intercambio de mercancías, mediante el trueque. La mano de obra empleada no es calificada. Otro aspecto de relevancia es el mínimo nivel de inversión.

⁴⁴ GUILLEN. Arturo. La teoría Latinoamericana del Desarrollo. Reflexiones para una estrategia frente al neoliberalismo. En publicación: Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización. Homenaje a Celso Furtado. Vidal, Gregorio; Guillén R., Arturo. 2007.

Segunda etapa: Condiciones previas para el despegue económico: Se produce un incremento de la especialización en el trabajo el cual origina excedentes para el comercio, con lo cual surge una naciente infraestructura de transportes para generar las relaciones comerciales. Mientras que los ingresos posibilitan un incremento del ahorro y la inversión, de esta manera se forja la clase empresarial.

Desde esta arista, se generan relaciones de intercambio comercial de bienes del sector primario. Tercera etapa: El Despegue económico Crece la Industria, se dispone de mano de obra que migra de la agricultura a la industria

Es así como, ante la mayor expansión económica, la sociedad en general avanza en la consolidación de nuevas instituciones políticas y sociales que afianzan la industrialización. De igual manera el crecimiento es robusto, en la medida que las inversiones conducen a un incremento de los ingresos que propicia una mayor cantidad de ahorro para inversiones futuras.

Cuarta etapa: Consolidación del crecimiento: La economía se diversifica en nuevas áreas, debido a la innovación tecnológica, la economía produce una gran diversidad de bienes y servicios. En esta etapa se generan cambios en la estructura y de la fuerza de trabajo, ya que se presenta una disminución de la población rural, se produce un incremento del consumo y de la especialización técnica y profesional.

Quinta etapa: Consumo a gran escala: La economía avanza hacia el consumo masivo, el sector servicios se consolida como sector dominante de la economía. Así mismo toma mayor importancia el consumo de bienes de Consumo Durable.

Como fundamentos esenciales, incluyendo aquellos en los que se basan los planteamientos de Rostow, la teoría de la modernización se caracteriza por establecer:

- La modernización es un proceso homogeneizador, es este sentido sólo podemos decir que la modernización genera tendencia hacia la convergencia entre sociedades.
- La modernización es un proceso europeizador y/o americanizador; en la literatura modernizadora, hay una actitud complaciente hacia Europa Occidental y hacia los Estados Unidos. Se tiene una concepción de que estos países poseen una prosperidad económica y estabilidad política imitable
- Además, la modernización es un proceso que se evidencia como irreversible. En otras palabras, una vez que los países del tercer mundo

entren en contacto con el Occidente no serán capaces de resistirse al impetuoso proceso de modernización.

- La modernización es un proceso progresivo que a largo plazo es no sólo inevitable sino deseable, dentro de la perspectiva de la teoría de la modernización. Coleman afirma que los sistemas políticos modernizados tienen una mayor capacidad que los sistemas políticos tradicionales para tratar con funciones de identidad nacional, legitimidad, penetración, participación y distribución.
- Por último, la modernización es un proceso largo. Es un cambio basado más en la evolución que en un salto revolucionario. Tardará generaciones e incluso siglos para que culmine, y su impacto profundo sólo se sentirá a través del tiempo. Todos éstos supuestos se derivan de la teoría evolucionaria fundamentalmente desarrollada en Europa y Estados⁴⁵.

El pensamiento Neoliberal y la Globalización Es el modelo que rige actualmente al mundo, el liberalismo parte de los orígenes básicos de la libertad que son igualdad y justicia. La libertad es el eje fundamental del neoliberalismo en razón a que esta permite desarrollar la libertad económica de las personas, es así como se genero un nuevo orden económico mundial dirigido por el capital, bienes, servicios y comercio, en donde los agentes económicos tienen la libertad de desarrollar sus capacidades productivas e intelectuales.

Para Milton Friedman el progreso se logra por medio del libre mercado ya que se puede comprar y vender, es decir el libre juego de la oferta y la demanda, sin la intervención del Estado, de tal manera que el intercambio comercial se constituye en un acto voluntario. El argumenta que la libre competencia logra un engranaje continuo, en donde los agentes económicos están en función de otro, es decir la demanda de los productos requiere el incremento de los precios y la producción, por consiguiente se genera empleo y más demanda de bienes y servicios. Como consecuencia se genera un círculo virtuoso en donde al incrementarse los precios, los empresarios invierten más, crece el consumo y por lo tanto se acrecienta la demanda de bienes.

Una sociedad libre desata las energías y capacidades de las personas en busca de sus propios objetivos. Esto impide que algunas sociedades puedan arbitrariamente aplastar a otros. No evita que algunas personas obtengan posiciones privilegiadas, pero mientras perdure la libertad, esta impide que tales posiciones privilegiadas se institucionalicen y dichos individuos están obligados a recibir continuos ataques de otras personas capaces y ambiciosas. Libertad

⁴⁵ Ibíd., p. 35.

significa diversidad pero también movilidad. Conserva la posibilidad de que los desgraciados de hoy sean los privilegiados de mañana.⁴⁶

Friedman considera la igualdad y la libertad pilares fundamentales, para la elaboración de las políticas económicas de los países, en razón a que parte de que todas las personas son iguales, por lo tanto tienen las mismas oportunidades de progresar, sin ningún tipo de distinción; y es el libre mercado en donde se promueve la competencia y el progreso, como consecuencia se produce el avance tecnológico y del capital humano.

La igualdad empezó a ser interpretada cada vez como “igualdad de oportunidades” en el sentido de que a nadie debían impedirle obstáculos arbitrarios el uso de sus capacidades para conseguir sus propios objetivos. Tal es su sentido dominante para la mayor parte de los ciudadanos.⁴⁷

Es así como el neoliberalismo se ha extendido alrededor del mundo, propiciando la globalización de las economías, la cual ha generado sorprendentes efectos en los aspectos sociales, económicos y políticos de los países, de esta manera como el sistema ha propiciado que las sociedades estén en un proceso continuo de cambio, la globalización de las economías surge en los países desarrollados, que es en donde se generan las teorías económicas.

La globalización implica un proceso de comunicación y de integración política y cultural que el hombre ha practicado siempre en sus distintas formas de intercambio comercial cultural. Sin embargo, en la actualidad la globalización es el efecto de la era neoliberal permitiendo el acceso e intercambio de información.

Así la teleinformática ha facilitado los medios de negociación y de intercambio comercial. Esto es que hay acceso a toda información necesaria para la toma de decisiones y por lo tanto se han modificado los medios y las velocidades para producir y hacer ganancia. En otras palabras la globalización ha permitido nuevas formas de producción, distribución y de consumo que han transformado a las sociedades industriales de los países desarrollados.⁴⁸

Básicamente lo que la globalización hace es, a través de una mayor apertura exterior de los países y por lo tanto, de una mayor movilidad entre ellos de los bienes y servicios que producen, del capital que ahorran, de las tecnologías que desarrollan y de sus habitantes, aumentar la competencia entre la mayoría de las personas, las personas, las empresas, los capitales y las tecnologías existentes en

⁴⁶ FRIEDMAN Milton. Libertad de Elegir: Hacia un nuevo liberalismo. Editorial Grijalbo. Barcelona 1980. p, 209-210.

⁴⁷ Ibid., p, 185

⁴⁸ FAZIO, Hugo. Cambio de Paradigma: De la Globalización a la Historia Global. Uniandes. Bogotá. 2007. p, 2007.

el mundo. Los países y las empresas compiten crecientemente en los mercados mundiales con sus producciones de bienes y servicios, compiten por atraer mayores volúmenes de capital extranjero para poder complementar su ahorro nacional o empresarial, tanto en forma de inversión extranjera directa como de inversión de cartera o de préstamos o colocación de deuda, compiten asimismo por atraer el mejor capital humano y la mejor tecnología, allí donde este. Es decir, tanto Empresas como Estados compiten por alcanzar mayores y mejores dotaciones de factores de producción, esenciales para aumentar su productividad y crecer a mayor ritmo.⁴⁹

Es en este contexto es en donde se genera una vertiginosa competencia en donde unos son más eficientes que otros, en razón a que algunos países tienen estabilidad macroeconómica, instituciones democráticas sólidas y estables, de tal manera que son muy atractivos y disminuye el riesgo para la Inversión.

Es así como Instituciones como el Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional, realizan cada año un informe sobre el clima de inversión entre 185 países llamado Doing Business, en el que analizan ciertos aspectos como son: Apertura de un Negocio, manejo de permisos de construcción, Obtención de electricidad, Registro de propiedades, Obtención de Crédito, Protección de los Inversores, Pago de Impuestos, Comercio transfronterizo, Cumplimiento de Contratos, Resolución de la insolvencia.

De esta manera en el Informe Doing Business 2013 Colombia ocupó el puesto 45, destacándose los mayores avances por el lado de montar una empresa, pagar impuestos, proteger a los inversionistas y la insolvencia. Mientras que en América Latina el primer lugar lo ocupa Chile. Finalmente los cinco primeros lugares los ocupan Singapur, Hong Kong, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Dinamarca.

Es en este entorno global y competitivo en donde las pequeñas y medianas empresas participan en el mercado, de esta circunstancia nace el hecho de que las políticas en el ámbito local estén encaminadas para su desarrollo y fortalecimiento, que logren la productividad y competitividad, incluyendo los aspectos económicos, tecnológicos y financieros.

2.4.3. Consideraciones de las Mipyme

Las mipymes han posibilitado a nivel mundial, un nuevo desarrollo económico tendiente a la articulación de procesos productivos de innovación con características como la flexibilidad estructural, el fortalecimiento de comunidades antes excluidas de los sistemas productivos, la descentralización administrativa y

⁴⁹ DE LA DEHESA. Guillermo. Comprender la Globalización. Alianza Editorial. Madrid 2004. p, 257.

económica, además del fortalecimiento de políticas y prácticas de creación de empleo⁵⁰.

Una de las variables para este tipo de empresa, ha sido el de la competencia, no solo por ser una forma de insertarse en la economía capitalista neoliberal, sino por las relaciones complejas que surgen de la constitución de estas empresas en entramados de producción macro, y por lo tanto, en un desarrollo de unificación comercial de las mipymes, llegando a constituir sistemas dados a la competitividad tanto nacional como internacional y por los propios beneficios que estas conllevan en la producción

(...) sostiene que tal competitividad, ya fuere de un país, una región o una localidad está dada por “los estándares por medio de los cuales éstos pueden producir bienes y servicios que cumplan con las exigencias del mercado internacional y que mantengan y amplíen los ingresos reales de sus ciudadanos” de tal forma que se establecen las categorías específicas de la competitividad cuales son: a) Competitividad en el país, región o localidad, b) Competitividad en el sector y c) Competitividad en la empresa. (...) ⁵¹.

Esta tendencia competitiva, no solo a de aproximarse a la teoría sobre la cual, un enfrentamiento comercial y productivo entre dos entes comerciales, generan desarrollo y libertad de mercado o decisión, sino que las actividades económicas dadas de las mipymes contribuyen en impactos de crecimiento local, a la par que generar sistemas de innovación en el establecimiento de mercados⁵².

En este sentido, las Mipymes y su clasificación a nivel mundial han permitido una gran variación de definiciones, en algunos casos de forma contextual al país, y por medio de las necesidades concretas del medio.

A pesar de ello, hay factores determinantes comunes en todos los casos y es el factor de lo cuantitativo, que contribuye en una clasificación necesario para el medio.

En la mayoría de los casos, las variables consideradas son cantidad de personal, cifra de ventas y niveles de inversión en activos. Los organismos internacionales con el fin de canalizar los apoyos financieros y logísticos,

⁵⁰ ZAPATA, Gabriel. Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. Ministerio de Desarrollo. 1999

⁵¹ Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. Cuadernos de Administración, Universidad Javeriana, 19(31).

⁵² CARDONA & GANO. Dinámica industrial, crecimiento económico y PYMES. en Observatorio de la Economía Latinoamericana 50, octubre 2005 Texto completo en www.eumed.net/cursecon/ecolat/yo/

también se han dado a la tarea de establecer clasificaciones para este sector⁵³.

En países del continente europeo (comunidad europea) para mediados de la década del 2.000, coloca tres ejes transversales en la definición empresarial, en las cuales, la Mipyme tiene los siguientes atributos: empleados, ventas y activos

En continente como América Latina, las dificultades para concretar mínimos en el estudio de las mismas son en primera instancia la no existencia de una homogeneidad tendiente a categorizar unidades similares para su comprensión. (Ver imagen 2).

En el siguiente cuadro, se observa las variables utilizadas para dicha definición en cada uno de los países latinoamericanos, donde las equis (x), intentan proponer los criterios de este tipo de empresa.

IMÁGEN 1. Criterios de definición de las MIPYME

País/ Criterio	Empleo	Ventas	Activos	Otros
Argentina		X		
Bolivia	X	X	X	
Brasil	X	X		
Chile	X	X		
Colombia	X		X	
Costa Rica	X	X	X	X
El Salvador	X		X	
Guatemala	X			
México	X			
Panamá		X		
Perú	X			
Uruguay	X	X	X	
Venezuela	X	X		X

Fuente: Saavedra & Hernández. 2011

⁵³ SAAVEDRA & HERNANDEZ. Caracterización e importancia de las Mipymes en Latinoamérica: un estudio comparativo. Actualizada contable. Medirá. 2011.

2.4.4. . Variables y problemáticas en la consolidación de la competencia de las Mipyme para La Industria.

Como se observó anteriormente, son varios los factores que influyen en este tipo de funcionamiento empresarial, sobre todo si el modelo económico colombiano ha promovido esencialmente la internacionalización, lo cual ha devengado en “afectaciones” a pequeñas empresas y propiciado el desarrollo de compañías macro, aun a costa del poco desarrollo local.

Son varios los problemas que actualmente enfrentan las PYME, entre los principales se encuentran el financiamiento, los recursos humanos, la tecnología y el mercadeo: sin embargo uno de los más importantes está en la cultura empresarial, de nada vale una política pública eficiente para las PYME, una sofisticada tecnología o una excelente asistencia técnica, mientras los pequeños y medianos empresarios, tenían una cultura de valores, tradicionales, inequitativa y poco democrática⁵⁴.

En efecto, el sector Mipyme del calzado en Colombia y específicamente en Bogotá, ha promovido soluciones a este tipo de problemáticas, sin embargo, las afectaciones siguen siendo de carácter esencialmente relacionado a la competitividad de las mismas que no permiten la creación y adopción de una nueva cultura empresarial, a la par de mejorar los niveles de reorganización comercial de las mismas⁵⁵.

Con el fin de establecer el diagnostico socioeconómico de las Mipyme del subsector del calzado del Barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá 2009-2012, y de identificar sus problemas y alternativas de solución, se hace preponderante realizar un proceso de categorización sobre las variables que para el desarrollo de esta investigación determinan la situación de la industria en términos de competitividad, en tanto el procesamiento de las variables, no solo contribuyen en el cumplimiento de este objetivo, sino que facilita la clasificación y puesta en marcha de soluciones a las dificultades presentadas.

Dichas variables, estará clasificadas en:

- **FORMALIZACIÓN:**

Uno de los elementos fundamentales en los procesos de competencia en la industria del calzado, en tanto gran parte de las pequeñas empresas al considerarse como empresas familiares con capital pequeño, generan el paradigma que estas no deben estar con los sistemas de legalización necesarios.

⁵⁴ Óp. Cit. Zapata. p. 11

⁵⁵ ANTOLINEZ, Manuel. Productividad de la Mipyme. Cámara de comercio de Cúcuta. 2003. p. 13.

Este fallo, conlleva a que en los procesos de comercialización de calzado en varias de estas microempresas no tengan determinadas garantías que brinda la normatividad entre la cuales pueden ser incentivos de tipo económico o cualitativo (capacitaciones, cursos, etc.) (Ver anexo Encuesta).

Además de ello, la formalización en estas Mipyme, ha sido permeada por obligaciones tributarias y laborales, expuestas por la ley, lo cual también ha minimizado su ejecución e impiden que dicho sector sea más competitivo:

Respecto a la formalización del sector –calzado-, es importante señalar que definitivamente no hay una causa, a un sector, un factor o un momento clave para la formalización. La formalización es un proceso que no puede enfocarse en un solo sector o en un solo momento de la vida de la empresa. La formalización, en este caso específica del sector calzado, conlleva el trabajo de varios sectores de la economía, incluyendo los propios empresarios, quienes deben poner de su parte si quieren ser más competitivos y crear y operar empresas en la formalidad; esto claramente debe ser acompañado del trabajo de otros sectores, de forma que el empresario vea beneficios en la formalidad que lo motiven a ser formal. Sin embargo la formalización no se puede dejar solo en manos de los empresarios; los sectores académico, gubernamental, bancario deben apoyar el proceso de formalización⁵⁶.

En efecto, este aspecto debe promover operatividad a la hora del análisis sectorial por medio de las entrevistas y que este a su vez, identifique causas y consecuencias de la informalidad al que se ven reducidas las empresas del sector y en concordancia, la posible pérdida de niveles de competitividad.

- **PROCESOS DE TECNOLOGIZACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL.**

Este aspecto es de suma importancia, en tanto la competitividad tiene caracteres en los cuales, los procesos de creatividad e imaginación productiva son contundentes a la hora de estandarizar marcas, productos o insumos. En este sentido, las microempresas del sector del calzado deben asumir espacios en los cuales sea indispensable el favorecimiento del emprendimiento para el avance en materia de tecnologización en su sistema productivo, que le permita avanzar en cadenas cada vez más eficientes, eficaces y a su vez, crear estabilidad comercial.

Los desarrollos de tecnologización e innovación para las empresas de este sector, deberán ser analizados en esta investigación, en pro también de promover propuestas de mejoramiento dadas a las tecnologías de la información como

⁵⁶ SALCEDO, Carlos. Propuesta de formalización del sector calzado en Bogotá: análisis y prospectiva. Nebrija Universidad. Madrid, España, 2011, p. 196.

proveedor de campos amplios de difusión, capacitación y publicidad. Efectivamente este aspecto será derrotero en un mundo globalizado.

Según algunos análisis tendientes a promover “factores para la internacionalización de las pyme del sector del calzado en Bogotá, se observan más tendencias al cambio ya que son las mismas pymes quienes están evaluando que de no tecnificar sus procesos podrían llegar a quedar fuera del mercado”(p4), en tanto este es un aspecto preponderante dados los niveles actuales de intercambio informático, electrónico y creativo-empresarial (Ver anexo Encuesta).

- **CULTURA EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVA:**

Para el desarrollo de esta variable, se hace necesario tener en consideración aspectos de vital importancia en la constitución de una Mipyme, como pueden ser elementos sobre la producción, el capital y la propiedad misma.

Como se observó con anterioridad, en su mayoría, las mipymes del subsector del calzado en Bogotá, son propiedad familiar individual, con lo cual evidencia mano de obra mediante procesos de producción pequeños.

Ante esta dinámica, el paradigma generalizado sobre la administración de las mismas, parece estar anclado en “facilísimos” que nos proporciona una lectura real sobre la composición, los objetivos, las funciones y las metas que debe desarrollar la empresa. Ante esto, las problemáticas sobre administración deben primar sobre la base del conocimiento y el cambio de paradigmas en torno la cultura empresarial y las conductas de los administrativos como de los operadores (Ver anexo Encuesta).

Tanto la cultura de trabajo como el estilo de administrar de la alta administración, son muy importantes para el éxito en la implementación de un modelo operativo eficaz. El estilo de administrar de un gerente, generalmente es formado por ciertas suposiciones que él tiene acerca de la gente y por ciertas interpretaciones que hace de las situaciones.

Se puede observar que la problemática del sistema interno de trabajo tiene que ver con la cultura de trabajo, ya que está directamente relacionada con malos hábitos y prácticas que no favorecen los esfuerzos que realizan para ser más productivas⁵⁷.

Desde esta perspectiva las situaciones culturales no solo tienen anclaje en las situaciones meramente de comportamiento y conducta para la construcción de los

⁵⁷ Ibídem., p. 39.

roles laborales, puesto que en ella también se encuentran los temas relacionados a la centralización del poder en la cual se deben fijar pautas como la responsabilidad, la autoridad y las relaciones de poder y de control general.

De igual manera, otro de los temas relacionados con la administración es el de la organización ya que ella interviene en toda la práctica empresarial y determina los niveles de eficacia y eficiencia. En este caso, el sistema administrativo debe hacer referencia hacia la elaboración de balances sobre prácticas viciadas y dañinas como el abuso de poder constantemente generado en empresas de corte familiar o de relaciones de amistad.

De este modo, la cultura de una organización se construye como un conjunto de creencias y valores compartidos, en mayor o menor medida, por sus miembros. Estos valores y creencias se manifiestan en sus procedimientos, actitudes y acuerdos básicos, los cuales están en la base de sus estructuras y diferentes sistemas de gestión, de igual manera en las actividades propias de la vida cotidiana, así que la cultura constituye el estilo propio de pensar, sentir y reaccionar ante los problemas que comparten los miembros de una organización y que se transmite de forma interna y externa a lo largo del tiempo. En este sentido, la cultura es un factor diferenciador entre organizaciones, pues cada una va desarrollando su propio estilo, acorde con la historia de su nacimiento, crecimiento y evolución⁵⁸.

Para concluir, la variable de la administración juega un papel preponderante ya que esta define aspectos integrales que marcan la práctica empresarial y que en imaginarios económicos, constituye el pilar del buen funcionamiento de las compañías.

- **MERCADEO DE LAS MYPIMES.**

Una de las variables, igualmente problemáticas puede estar reflejada hacia el mercadeo en tanto es en este espacio, donde se desarrolla la actividad comercial ya sea de compra de materia prima o venta de la producción finalizada.

En el mercado también se relacionan una serie de actores que dan vida a la empresa, son: los clientes que están dispuestos a pagar por los productos y/o servicios, la competencia u otros empresarios que están haciendo lo mismo que usted u otro negocio, es decir, quieren vender para ganar dinero. Asimismo, en el mercado se encuentran instituciones que se relacionan con las empresas para fortalecer las operaciones comerciales, etc. Un mercado se compone de personas y organizaciones con

⁵⁸ HERNÁNDEZ, Jorge. El liderazgo organizacional: una aproximación desde la perspectiva etológica. Universidad del Rosario. Bogotá; 2013, p. 17.

necesidades, dinero para gastar y bienes y/o servicios en qué invertirlo. Sin embargo, dentro de la mayor parte de los mercados las necesidades y deseos de los compradores no son los mismos⁵⁹.

El problema más recurrente en este campo, está relacionado hacia el “desconocimiento” del mercadeo, por lo cual, a las mipymes se les dificulta características como la competencia, técnicas de publicidad o conocimiento de su producto hacia el público, el lanzamiento de ofertas, y sobre todo la satisfacción del cliente mediante el producto, tema fundamental y eje transversal del marketing para mipymes.

En concordancia, el mercadeo debe permitir al empresario un conocimiento continuo de su entorno, puesto que a partir de allí, se fijan las estrategias, y el despliegue táctico operativo de las mismas, con el fin de lograr los objetivos y las finalidades comerciales de la Mipyme (Ver anexo Encuesta).

En ese sentido, el sector del calzado en la ciudad de Bogotá, y en específico el barrio el Restrepo debe condensar una serie de estrategias que se configuran en torno a la materia principal, tipos de segmentación productiva (es decir cadenas de producción de zapato de hombre o mujer), características que maneja e incorpora los productores en las Mipyme, el precio, el tiempo de vida del calzado, los canales de difusión, hasta los niveles mismos de asociatividad microempresarial para fomentar procesos de competitividad en tanto, los tratados de libre comercio, la importación y la monopolización de grandes compañías, son gigantes competidores del sector, por lo cual se debe:

Priorizar el desarrollo del sector sobre la base de dos negocios: la producción y la comercialización y venta, complementados simultáneamente con la sensibilización de los productores como empresarios y la promoción de la *asociatividad* buscando sostenibilidad competitiva del sector; las fortalezas y las potencialidades de los productores que mejor respondan, incidirán en la definición de los mercados prioritarios internacionales por desarrollar⁶⁰.

Finalmente, el campo del marketing como enclave operacional para promover mejoramiento competitivo, también debe crear formas asociativas que permitan no solo el compartimiento por ejemplo de niveles tecnológicos antes descritos, sino que construya formas de solidaridad productiva en tanto la unión y el conocimiento compartido puede generar escenarios más equitativos de participación y competencia local, regional e internacional.

⁵⁹ SANCHO, Emilio. Claves de marketing para mipymes y emprendedores. Editorial MK Marketing. 2012, p. 47.

⁶⁰ Aguirre, Erazo & Rincón. factores culturales que facilitan la internacionalización para las pyme de calzado en Bogotá. Universidad Konrad Lorenz, Bogotá, 2010, p. 119.

2.5. MARCO LEGAL

Vale la pena aclarar que la política pública para la creación de empresa en Colombia cuenta con un marco normativo que tiene una gran trayectoria cronológicamente, teniendo como eje central la Constitución Política pasando por el título XII del régimen económico y de Hacienda Pública. Artículo 333 donde se establece la libertad económica y se considera la empresa como base para el desarrollo. Además, el marco Regulatorio Colombiano contempla las siguientes normas que apoyan las mipymes:

1. **El estatuto contable en Colombia:** Se establece con la expedición del decreto 2649 de 1993.
2. **A partir del Decreto 2649-93** Toda persona natural o jurídica que pretenda (hacerla valer) llevar la contabilidad como prueba y que además, de acuerdo con la ley, esté obligado a llevar la contabilidad, debe hacerlo sin importar el tamaño de la empresa.
3. **Ley 590 de 2000** La presente ley tiene por objeto: Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
4. **Ley 905 de 2004** Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Las modificaciones a la ley son las siguientes:
Artículo 1º. El literal b) del artículo 1º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

Artículo 2º. El artículo 2º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales y comerciales que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o, Parágrafo. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

- 5. Ley 1314 Julio de 2009 de convergencia** El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) publicó la *Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las*
a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos; *PYMES*). La *NIIF para las PYMES* tiene como objeto aplicarse a los estados financieros con propósito de información general de entidades que no tienen obligación pública de rendir cuentas. Las entidades que tienen obligación pública de rendir cuentas, y que por lo tanto, se encuentran fuera del alcance de la *NIIF para las PYMES*, abarcan aquellas entidades cuyas acciones o cuyos instrumentos de pasivo se negocian en el mercado público, bancos, cooperativas de crédito, intermediarios de bolsa, fondos de inversión y compañías de seguros. En muchos países, a las entidades que no tienen obligación pública de rendir cuentas se las denomina de distinta forma, entre ellas, entidades no cotizadas y entidades sin obligación pública de rendir cuentas.

En resumen, la *ley de convergencia*, trata los siguientes puntos:

a) Reglamenta la convergencia de nuestras normas contables con las internacionales,
b) Evita la incoherencia de reglamentaciones entre superintendencias y otros organismos del estado,

- c) Impone al Consejo Técnico de la Contaduría Pública como redactor único de las normas de convergencia
- d) Separa las normas contables de las tributarias,
- e) Fija plazos (desde el 2010 hasta el 2014) para la puesta en marcha de la convergencia,
- f) Obliga a llevar contabilidad al *Régimen Simplificado*

6. Ley 1258 de diciembre 5 de 2008 Promete convertirse en el modelo societario que se impondrá en los siguientes años. Como resultado de la expedición de la Ley 1258 en 2008 se crearon 160 S.A.S., mientras que en 2009 la cifra se elevó a 17.842, y en septiembre de 2010 el número alcanzó 27.731. Bogotá aparece como la ciudad donde se registra el mayor número de matrículas tipo SAS, con un total de 21.322, seguida de Medellín (6.675), Cali (3.337).

La nueva herramienta ha facilitado el aumento significativo de negocios, en la medida en que se cuenta con un modelo de sociedad que hace más viable la creación de empresas (sobre todo mipymes), sin tener que cambiar de clase de asociación con el transcurso del tiempo, tal como ocurría antes.

Aspectos relevantes de esta norma:

La S.A.S. se puede constituir con una sola persona.

- En los estatutos de la S.A.S. se podrá establecer la estructura y funcionamiento en forma libre, no hay obligación de tener Junta Directiva, si no la hay, la administración estará a cargo del Representante Legal.
- En la S.A.S. no se requiere la existencia de Revisor Fiscal salvo que por las características de la empresa se requiera.
- Los accionistas de la S.A.S. sólo responden por el monto de los respectivos aportes, salvo en casos de fraude a la ley o en perjuicio de terceros.
- En los estatutos de la S.A.S. se puede contemplar prohibición de negociar acciones, lo cual no puede exceder el término de diez (10) años, prorrogable por períodos de diez (10) años.
- En la S.A.S. Existen diferentes clases de acciones tales como: Privilegiadas, Con dividendo preferencial y sin derecho a voto, Con dividendo fijo anual y De pago.
- El objeto social de la S.A.S. puede ser amplio de tal manera que facilite la realización de negocios sin restricciones.
- En la S.A.S. la suscripción y pago del capital, Podrá hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en el Código de Comercio para las sociedades anónimas: Capital autorizado; Capital suscrito; Capital pagado. El plazo para el pago de acciones no podrá exceder de 2 años.

- En la S.A.S. se permite repartir las utilidades de manera flexible.
- La Asamblea de la S.A.S. podrá reunirse en el domicilio principal o fuera de él.
- En la S.A.S. se pueden acordar reglas particulares para reuniones no presenciales.
- En los estatutos de la S.A.S. y sus reformas prevalece el documento privado, disminuye solemnidades, suprime restricciones y reduce costos.

7. NTC 6001: Modelo de gestión para micro empresas y pequeñas empresas (MYPES) Trabajada por el Comité de Normalización 200 - Gestión en MIPYME, con el fin de darle a este sector de la economía una herramienta que le permita desarrollar una estructura interna sólida que avale gerenciar negocios con altos estándares de calidad y lograr ser más competitivos frente a nuevos mercados. Esta Norma Técnica Colombiana (NTC) establece los requisitos fundamentales para implementar un sistema de gestión en este tipo de empresas sin importar su línea de negocios o sector económico, de manera que les permita:

Demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables.

2. Fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes.

3. La mejora continua. La NTC 6001 está basada en la ISO 9000 pero más simple y más fácil de aplicar, pues es claro que para una pequeña empresa es casi imposible tener acceso a esta clase de certificaciones.

4. Es así, como se simplifica la posibilidad de implementación de un sistema de calidad basado en un referencial como la ISO. Esta norma también fue tomada del ejemplo chileno, -la NCH2909- que este país implementó hace tres años con tal éxito, que lograron que las pequeñas empresas mejoraran en cuanto al ofrecimiento de sus productos y servicios.

La NTC 6001 plantea detalles sobre:

Los procesos directivos, para que los Empresarios tengan en cuenta los requisitos mínimos con los que debe cumplir una empresa desde su creación y sin importar su tamaño, la planeación y toma de decisiones, el seguimiento, control y mejoramiento, entre otros.

Los procesos operativos, en donde se plantea cómo el mercadeo le permite a las empresas tener claridad sobre sus productos o servicios, así como la

compra de materiales, la fabricación, venta, despacho y distribución y otros aspectos.

En este orden, del exitoso desarrollo de las MYPIME dependerá de su capacidad para modernizar sus procesos productivos, desarrollar productos novedosos y atractivos y mejorar el acceso a los mercados.

En etapas posteriores ya encontrándose madura la Pyme colombiana, la aplicación de la norma 6001 facilitará la implementación de los modelos internacionales de los sistemas de gestión, tales como ISO 9001 (Sistema de Gestión de Calidad), ISO 14001 (Sistema de Gestión medioambiental), OHSAS 18001 (Seguridad y Salud Ocupacional), entre otros.

- 8. Decreto 734 abril de 2012.** Por el cual se reglamenta el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública y se dictan otras disposiciones en sus artículos 4, 1 y 2 en estos artículos se expiden disposiciones sobre la promoción del desarrollo de las mipymes y de la Industria Nacional en la contratación pública.
- 9. Otros requisitos:** A continuación se detallan los pasos y requerimientos legales para la creación de una empresa.
 - a) Elaborar la minuta de la constitución de la empresa.
 - b) . Registro Ante la cámara y empresa
 - c) . Registro ante la Notaría Pública para la elaboración de la Escritura Pública de Constitución.
 - d) .Registro ante la DIAN para la expedición del NIT y el RUT.
 - e) Registro ante la Alcaldía del Distrito para obtener los documentos e información a cerca de Industria y Comercio, Avisos y Tableros, Uso de Suelo, en sus respectivas dependencias.
- a. Registro o trámites necesarios, para el diligenciamiento del Certificado de no usuario de Música en la Oficina de SAYCO y ACINPRO.
- b. Registro para solicitar la visita de Control Sanitario por parte de DISTRISALUD.
- c. Registro de sus empleados para la inscripción ante el Seguro Social y la EPS escogida. Caja de Compensación Familiar para cumplir con la obligación de

los Aportes Parafiscales. Afiliación a la Administradora de Riesgos Profesionales. ARP.

4. METODOLOGÍA

a. TIPO DE ESTUDIO.

En el caso de la presente investigación, donde se formulara un diagnóstico sobre las mipymes en el subsector del calzado, debe proveer de características socioeconómicas, derivando en un tipo de investigación cuantitativa.

Los elementos cuantitativos se refieren a la representatividad estadística, debido a que, se toma una muestra de una población, la cual es aleatoria, con lo que se pretende conocer la real situación de las mipymes del subsector del calzado. Los estudios de corte cuantitativo pretenden generar la explicación y la predicción de una realidad vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intencionalidad es la búsqueda de la exactitud, de la medición de dimensiones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable⁶¹.

Así mismo, el método es considerado como descriptivo, el cual comprende, descripción, registro, análisis, e interpretación de la naturaleza y la composición o procesos que se derivan de hechos de variables o sub variables de los fenómenos⁶².

Se considera como Investigación descriptiva aquella en que reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Tradicionalmente se define la palabra describir como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas. Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás⁶³.

Por lo tanto, la investigación descriptiva cumple la función de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio, que en esta investigación son los propietarios y trabajadores del subsector de las mipymes del Barrio Restrepo, así como proporciona una descripción pormenorizada de las partes, categorías y clases de la población objetivo.

⁶¹ GONZALEZ, Fernando. Investigación Cualitativa y Subjetividad: Los Procesos de Construcción de Información. Pontifica Universidad Católica de Campiñas. Editorial Mc Graw Hill. México D.F. 2007. p, 64.

⁶² TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. Limusa Noriega Editores. 1999., p, 55.

⁶³ BERNAL, Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Editorial Pearson. Bogotá 2000., p, 11.

Adicionalmente para cumplir cabalmente con los objetivos propuestos en esta investigación, se combinarán elementos cualitativos considerando este tipo de investigación como una vía esencial para la producción de teoría, es decir para la construcción de modelos teóricos de inteligibilidad en el estudio de sistemas que no son directamente accesibles, ni en su organización ni en sus procesos, que los caracterizan, a la observación externa. Se define la teoría como la construcción de un sistema de representaciones capaz de entre si y de articular diferentes categorías entre si y de generar inteligibilidad sobre lo que se pretende conocer en la investigación científica. Este sistema de representaciones da lugar a la organización intelectual de un campo, que se expresa en una representación capaz de ir integrando nuevos aspectos en el desarrollo de una línea de investigación⁶⁴.

Los estudios de orden cualitativo tienden a comprender la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción visto a partir de las múltiples lógicas presenten en los diversos y heterogéneos actores sociales, y por lo tanto desde sus aspectos particulares y rescatando la interioridad (visiones, percepciones, valores, formas de ser, ideas, sentimientos motivos, internos) de los protagonistas. Trabajan con el argumento, la palabra, el consenso⁶⁵.

La investigación consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con un tema, para estudiar sus elementos en forma minuciosa, que en este caso se trata de analizar las características sociales y económicas de los propietarios de las Mipymes y trabajadores del subsector calzado del Barrio Restrepo y poderlo entender con mayor profundidad, de manera que se conozca a fondo el problema. Finalmente se utilizara Investigación propositiva debido a que en la investigación propuesta se pretende realizar un diagnostico, en el cual se establecen metas y se plantean estrategias para lograrlas.

b. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para obtener la información, se acudirá tanto a fuentes primarias como secundarias y terciarias, las cuales suministran información relevante.

Fuentes Primarias: La constituye la población objetivo, que son los propietarios de las mipymes del Barrio el Restrepo.

⁶⁴ GALEANO, María. Diseño de proyectos en la Investigación Cualitativa. Editorial Universidad EAFIT. Medellín 2004., p, 21.

⁶⁵ Ibíd., p, 24.

Fuentes Secundarias: Son los libros con contenidos relacionados con la actividad del calzado, estudios de gremios tales como FENALCO, Federación Nacional de Comerciantes, ACICAM, Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, El Cuero y sus Manufacturas. Leyes y revistas del sector.

Fuentes Terciarias: Documentos en internet referidos al tema.

c. POBLACIÓN Y MUESTRAS

Unidad de Análisis: La conformaran los propietarios de las mipymes. Según la Secretaria de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, en el Barrio el Restrepo existe 1.038 propietarios de mipymes.

A dichos propietarios se aplicaran encuestas, las cuales permitirán arrojar resultados fundamentales para el desarrollo de los objetivos. En este sentido, se logrará encuestar a 92 propietarios de pequeñas y medianas empresas del Barrio Restrepo, cuya información contribuirá con elementos claves respecto a organización empresarial, servicios, procesos operacionales, registros, funcionamiento, tecnología, modernización, entre otras.

Muestra o unidad de trabajo

Para determinar la muestra en esta investigación se utilizara la siguiente formula. Convenciones:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño población o universo

e²= Error de Muestreo

Z²= Márgenes o niveles de confianza

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada

q= Probabilidad de fracaso

Con nivel de confianza del 95%.

N= 1045 (total mipymes del subsector del calzado)

$$Z^2 = 1.81 \times 1.81 = 3.2761$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$p \times q = 0.25$$

$$e^2 = 5\% = 0.0078$$

$$n = \frac{1045 \times (3.2761) \times (0.50) \times (0.50)}{0.0078 \times (1038 - 1) + (3.2761) \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$n = \frac{3450 \times 0.25}{8.0996 + 0.819025}$$

$$n = \frac{862}{8.9187}$$

$$n = 96$$

d. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información, se ordenara, se clasificara y se tabulará, para posteriormente, realizar las relaciones preliminares y finales.

Fases

Acercamiento a la población seleccionada: Se creara un clima de confianza, por medio de C.I. Sintéticos y Textiles de Colombia S.A. filial de la compañía Mexicana Simil Cuero Plymouth S.A. de C.V., con el propósito de explicarles el propósito de la investigación.

Recolección de la Información: Se realizaran entrevistas y encuestas

e. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.

Recursos Humanos: Los recursos para el financiamiento de la pasantía provienen de C.I Sintéticos y Textiles de Colombia filial de la compañía Mexicana Simil Cuero Plymouth, ya que la empresa realiza una remuneración con el 75% del salario mínimo legal vigente.

Los sectores específicamente de la compañía que contribuyen en la elaboración de la presente investigación, como lo son: el sector referencial, el sector administrativo, y el sector de ventas.

CAPITULO I.

5. DIAGNÓSTICO DE LAS MIPYMES EN EL SUBSECTOR DEL CALZADO EN BOGOTÁ.

El subsector de calzado en la Ciudad de Bogotá, específicamente en el barrio el Restrepo de la localidad de Antonio Nariño, es uno de los espacios en los cuales se desenvuelve la mayor parte de la producción y la comercialización del calzado de la ciudad, y en donde se ha venido desarrollando varias problemáticas relacionadas en una primera medida, al Tratado de Libre Comercio con países como China, siendo este uno de los países más fuerte en el ámbito del calzado mundial y en segunda medida, estas problemáticas se articulan a los índices de contrabando que inundan el comercio interno y dificultan el pago real de los procesos de producción bogotanos.

Finalmente, y como punto de delimitación del presente trabajo de investigación están los obstáculos presentados en las microempresas o mipymes del este sector, las cuales debido a su estructura y a sus dinámicas administrativas y económicas, se ven imposibilitadas para generar respuestas proclives a la competencia y al afianzamiento de este tipo empresarial en la ciudad.

En efecto, a continuación se analizan los resultados de las encuestas efectuadas a 96 mipymes del subsector del calzado con el fin de evidenciar puntos neurálgicos en la problematización y propender por generar propuestas que se articulen a la creación de estrategias para la solución.

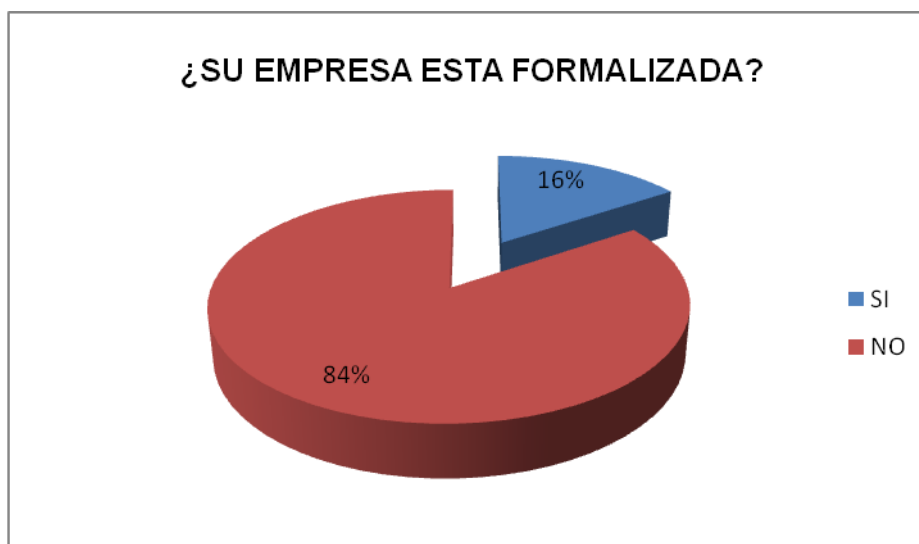
5.1. RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.

5.1.1. Formalización.

La primera pregunta realizada al universo de investigación (96 mipymes) se basa en la formalización de las microempresas en el sector.

Respecto de los resultados, se evidencia que un 84% de los encuestados, es decir, 81 Mipyme no se encuentran formalizadas, por lo cual, la categoría que determina su actividad comercial y productiva esta denominada como de “economía informal”, con varias desventajas, siendo una de ellas la “racionalidad de la reproducción” lo que indica que poco innovan generando precariedad en la competitividad y además de ello, no se tiene en cuenta procesos de capitalización o acumulación, sino la sistematización y los ciclos normales de producción que sostienen los gastos de la misma.

GRÁFICO 1. Formalización.



De igual manera, sin la formalización estas microempresas están inhabilitadas generalmente para el acceso a crédito y a la bancarización, lo que impide la inyección de nuevos capitales o nuevas dinámicas de relacionamiento con entidades financieras.

5.1.2. Actualización

La segunda pregunta sobre si existe un proceso constante de actualización de la información empresarial por parte de las instituciones reguladoras demuestra que un 94% de las Mipyme encuestadas no posee ninguna forma de actualización, lo cual es debido también a los mínimos procesos de formalización puesto que la información determinante sobre el conocimiento de producción y comercialización del calzado por parte de las microempresas es en una gran medida no sistematizado, y por lo tanto los datos no son claros ni contundentes, impidiendo realizar análisis concretos a la par que imposibilitan a que instituciones gubernamentales o privadas regulen, vigilen y acompañen estas compañías.

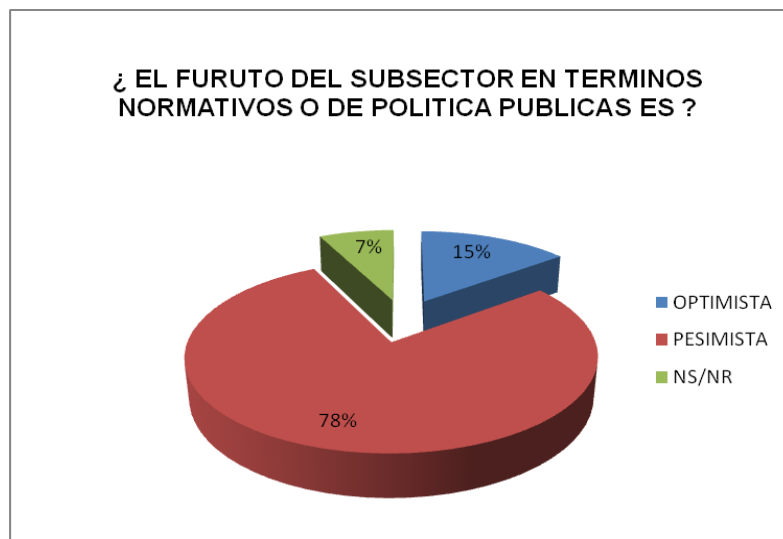
GRÁFICO 2. Actualización.



De igual manera, la poca o nula sistematización de la información tanto propia como para entidades o instituciones de regulación, se debe a concepciones erradas respecto del aumento de impuestos o pagos mayores, los cuales se construyen en formas míticas de justificar la desorganización de la actividad comercial, afectando el acceso a programas gubernamentales, capacitaciones, apoyos económicos, etc.

Así mismo, la tercera pregunta sobre la percepción de la empresa en el futuro del subsector en términos normativos o de políticas públicas, los resultados infieren que un 78% de los encuestados sean pesimistas respecto al tema, mientras que solo un 15% tenga actitud optimista y un 7% que no sabría por cual inclinarse, manteniendo la duda o la incertidumbre.

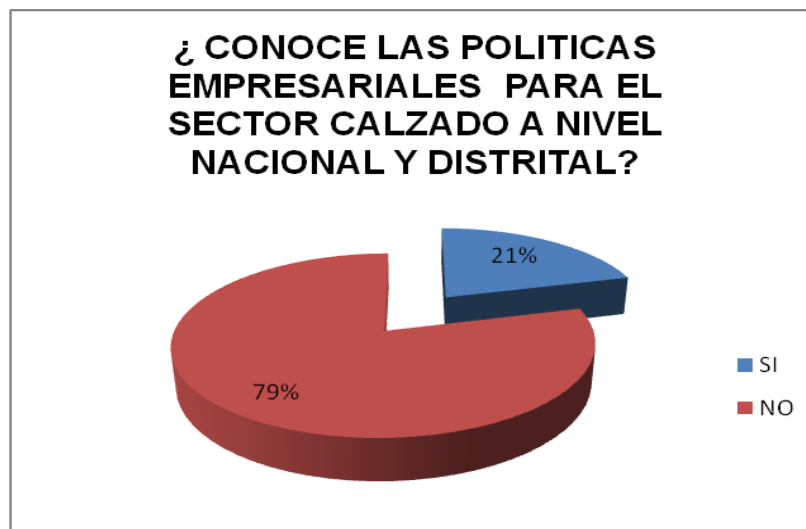
GRÁFICO 3. Futuro del Subsector en políticas públicas.



En virtud de lo anterior, esta percepción pesimista no solo está conectada por la desconfianza generalizada a los planes gubernamentales, en tanto antes y después de la firma del Tratado de Libre Comercio con China, gran parte de los productores y comercializadores de calzado en Bogotá expresaron el descontento y la problemática que este tipo de acuerdos comerciales iba a generar, además del hecho histórico en que el subsector del calzado se ha situado, puesto que son pocas las ayudas en términos de políticas públicas o de modelos políticos que potencialicen el subsector.

La siguiente pregunta sobre el conocimiento por parte de los propietarios de las Mipyme que tienen de las políticas de desarrollo empresarial a nivel nacional y del distrito para el subsector calzado, estipula que un 79% de los encuestados no ninguna conoce, mientras que tan solo un 21% sí.

GRÁFICO 4. Políticas nacionales y distritales para el subsector.



En efecto, esta pregunta se concatena con la anterior sobre políticas públicas para el subsector, ya que si bien los niveles de desconfianza y de incertidumbre sobre el planteamiento de políticas proclives al desarrollo de este sector es una constante, por el otro, los pocos programas en torno a este tema son desconocidos o poco importantes para los microempresarios.

5.1.3. Tecnología e información.

La pregunta subsiguiente, direcciona el análisis hacia otro de los aspectos problemáticos en la actualidad: conocimiento nuevo e innovación.

Los resultados de esta pregunta evidencian que un 78% de los encuestados no incorporan nuevos conocimientos a su actividad productiva, por lo cual, se demuestra que gran parte de la producción se realiza con formas de imitación y reproducción de los conocimientos, impidiendo la apertura y puesta en marcha de saberes actuales o mecanismos que generen cambios en las estructuras de estas microempresas.

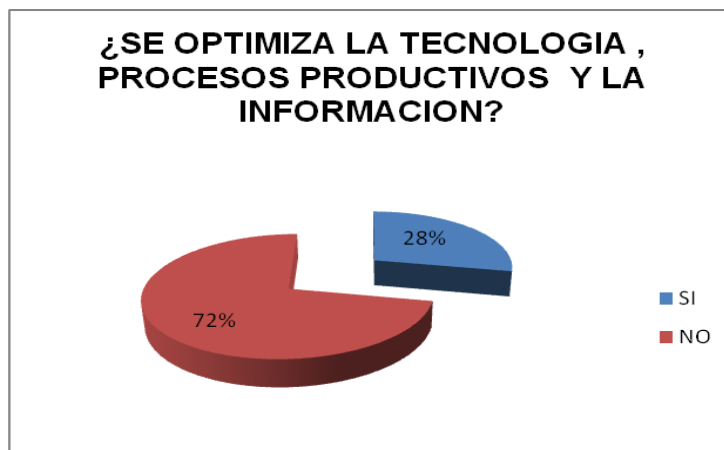
GRÁFICO 5. NUEVOS CONOCIMIENTOS EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA.



Sentado lo anterior, la pregunta siguiente hace más evidente esta precariedad en la innovación de conocimiento, cuando se cuestiona por la optimización de la tecnología en los desarrollos productivos y de la información.

En los resultados, un 72% de la población encuestada responde de manera negativa y de hecho es un resultado similar al anterior (78%), otorgando coherencia y cohesión a las problemáticas en este aspecto.

GRÁFICO 6. Optimización tecnológica y de la información.

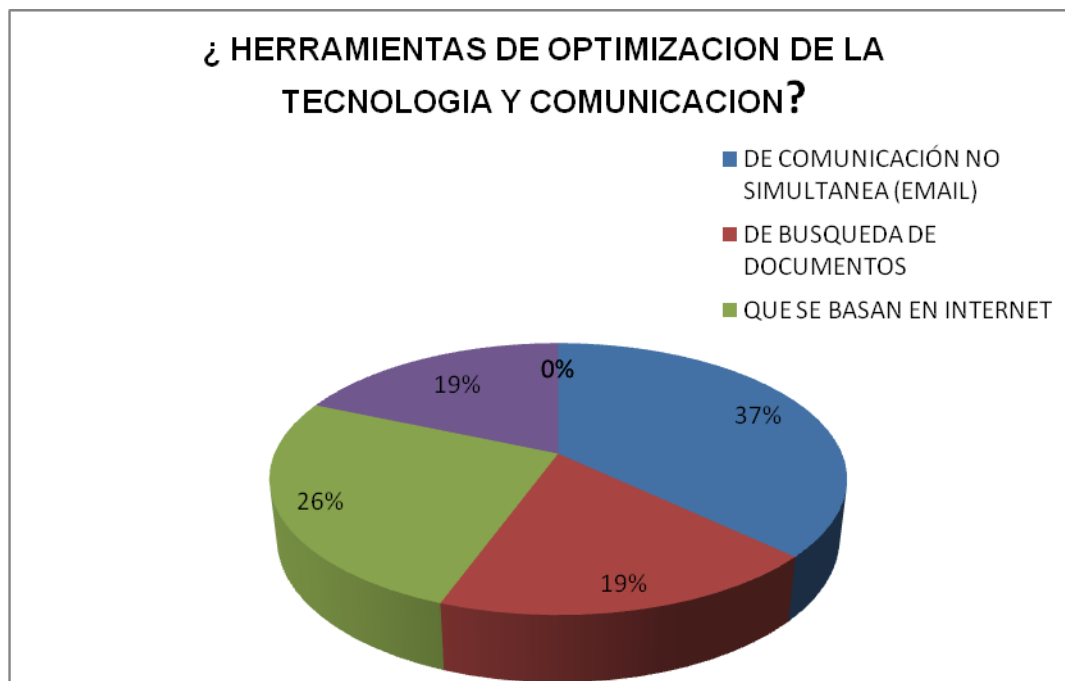


Este resultado, sustenta una precariedad en el subsector del calzado que de hecho, problematiza aun la imposibilidad de consolidar microempresas competentes, las cuales puedan afrontar y enfrentar realidades como los Tratados de Libre Comercio, la liberación económica y también, el contrabando y la ilegalidad.

De allí que en la actualidad los avances tecnológicos sean preponderantes puesto que estos contribuyen a modernizar las técnicas para la producción, pero también la modernización de maquinaria y de instrumentos laborales, hasta el punto, que nuevos sistemas de información y programas de administración hacen posible una regulación interna para el mejoramiento estratégico empresarial y el cumplimiento de objetivos por medio de indicadores de productividad, y eficacia.

A su vez, la segunda parte de esta pregunta permite por ejemplo observar qué tipo de herramientas se utilizan para el manejo de información de aquellas microempresas que respondieron afirmativamente, es decir, el 28% restante.

GRÁFICO 7. Herramientas de optimización tecnológica y de la comunicación.



Este resultado indica, la indecencia que la tecnología informática tiene en la actualidad, con lo cual la posible formación en este tipo de dinámicas podrá contribuir en afianzar la creatividad, la innovación, la preparación tecnológica y la capacitación simultánea en nuevos aspectos de productividad y competencia.

Así efectivamente en la siguiente pregunta sobre si la empresa responde de manera rápida y eficaz a las solicitudes de información, incluyendo posibles nuevos espacios de comercialización, pedidos, cotizaciones entre otras, los resultados muestran que mientras un 59% no responde de manera eficaz, solo un 41% si lo hace.

GRÁFICO 8. Eficacia en Las Solicitudes.



Estos resultados implican que al no tener procedimientos de sistematización de la información, y que además los procesos en cuanto a la innovación tecnológica la eficacia y la eficiencia como aspectos preponderantes para la sustentación empresarial fallan, tienen graves repercusiones en torno a la actualización de la compañía sobre la competencia, los nuevos mercados, además de las nuevas dinámicas de marketing, que consoliden y despliegue a estas microempresas del subsector.

A continuación, la pregunta por la priorización a la capacitación del personal de las empresas, el 63% asegura que en efecto no hay importancia ni preponderancia, en tanto solo el 38% responde afirmativamente.

GRÁFICO 9. Capacitación personal.



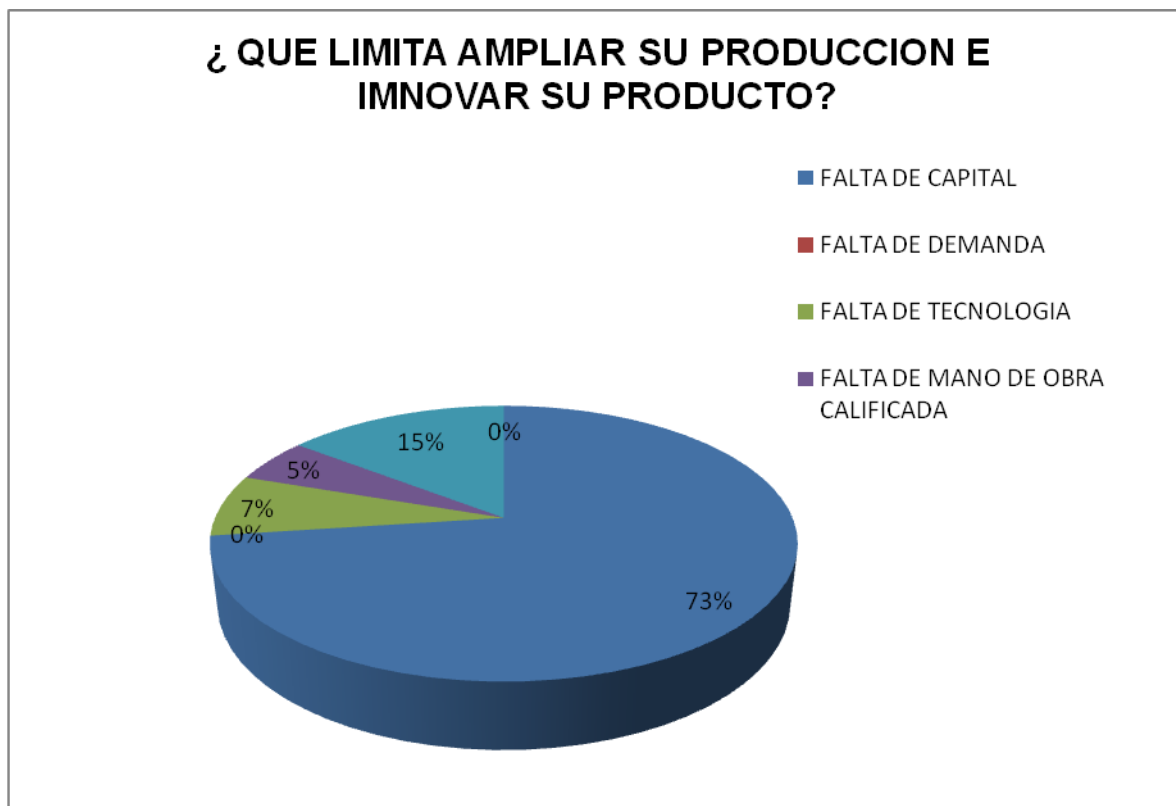
Desde esta perspectiva, la permanente formación y capacitación de los empleados de las microempresas no son actividades recurrentes, lo que impide la actualización de estos para los diferentes enclaves económicos y productivos y a la par, automatizando las funciones de los empleados, lo cual en ciertos casos, precarizan los niveles de creatividad o innovación.

De la misma manera, la ausencia de capacitación constante y permanente afecta las especializaciones de los empleados, generando rupturas y pocas claridades en las funciones específicas de la microempresa.

De otra parte, la siguiente pregunta establece de manera clara y precisa los limitantes que los propietarios de las mipymes encuentran a la hora de ampliar la producción o innovar en el producto.

Como resultante la falta de capital es una de las mayores limitantes con un 73%, siendo coherente si se observan las anteriores preguntas sobre formalización y el mínimo relacionamiento con el sistema financiero o la poca innovación en tecnología que le permita generar capitalización y acumulación de capitales.

GRÁFICO 10. Limitantes en la Producción E Innovación.



De igual manera los altos costos de la materia y los insumos con el 15% y a falta de tecnología con el 5% respectivamente, coadyuvan en la primer respuesta ya que si bien, las microempresas se ven imposibilitadas para generar capital y más bien constituyen sus actividades económicas en función de la reproducción e imitación de productos salvaguardando lo mínimo del capital para continuar con la labor, afecta necesariamente en la adquisición de materia prima o de insumos al igual que en el pago de personas más especializadas y profesionales, o simplemente los empleados actuales no pueden contar con las garantías para formarse al interior de estas compañías.

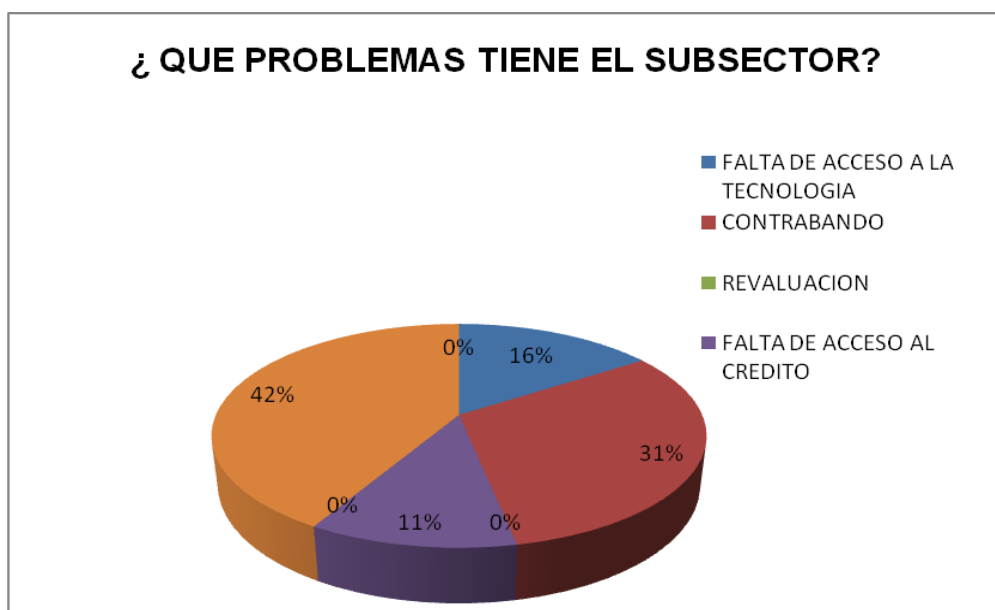
5.1.4. Direccionamiento estratégico.

Ciertamente la pregunta en torno a cuáles son los principales problemas que tiene el subsector identifica de forma integral y de alguna manera sintetiza gran parte de las anteriores preguntas generando una articulación de las mismas, observándose claramente las mayores dificultades.

Es así que aparece el calzado chino con un 42%, posicionándose la competencia como uno de los factores que dificultan e impiden el desenvolvimiento de las mipymes del subsector, y más evidente se expresa cuando el 31% se relaciona con el contrabando.

En efecto, estas dos formas de competencia son en una medida amplia, los elementos que más amenazan la cultural microempresarial del subsector del calzado, demostrando los bajos niveles competitivos generados por circunstancias ya analizadas como la tecnologización (16%) y la apertura al sistema financiero y crediticio (11%).

GRÁFICO 11. Problemáticas del subsector.



Finalmente la pregunta por la planeación de las actividades a largo plazo, en las cuales el 83% aseguran que no existe dicha planeación. este factor es relacional a la concepción de organización empresarial que se tiene de sus propia microempresa, puesto que es a partir de la organización y el direccionamiento

estratégico que se tejen indicadores, objetivos, visiones y metas que edifiquen límites movibles en niveles superiores de incidencia productiva en el subsector.

GRÁFICO 12. Planeación a largo plazo.



En este sentido, la necesidad de trabajar en torno al direccionamiento estratégico y a la planeación, permitirá dar coordinación y focalización a las actividades en búsqueda del mejoramiento permanente y la adopción de medidas y reformas necesarias para la competitividad.

CAPITULO II.

6. ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR DE CALZADO EN EL BARRIO RESTREPO- BOGOTÁ.

6.1. FORMALIZACIÓN DE LAS MIPYMES

Lo fundamental en la perspectiva de la formalización de las microempresas de calzado en el barrio el Restrepo es evidenciar las ventajas que este tipo de regulación empresarial puede generar.

Estas razones que conllevan al microempresario a formalizar en el subsector, están asociadas no solo a las problemáticas antes estudiadas, sino a las enormes posibilidades entre las cuales se encuentra formas de crecimiento continuo, accesibilidad a la banca y al crédito, acceso tecnológico, control y vigilancia externa e interna de los procesos empresariales, con lo cual disminuye temas como la corrupción.

Una de los temas centrales para la formalización es precisamente el acceso a la banca y a la financiación, puesto que es por medio de créditos bancarios que gran parte de las mipymes pueden crecer en términos de inyección de capital (maquinaria, empleados, tecnología, instrumentos), aumento la capacidad de producción y por lo tanto, generando crecimiento permanente.

La posibilidad de crecer y el acceso al crédito son los factores que más mencionaron los empresarios informales de calzado como el factor que los motivaría a ser formales. Los empresarios que fueron informales en sus comienzos mencionaron las mismas razones como aquellas que los llevaron a dejar la informalidad (...) se evidencio que al visión de crecimiento es una razón para formalizar un negocio⁶⁶.

Sin embargo, la entrada en vigencia de una gran numero de Tratados de Libre comercio, tales como los desarrollados con los Estados Unidos, se han convertido en una posibilidad de exportación de calzado entre las cuales ciertas condiciones como las medidas arancelarias expresan la formalización como uno de los requerimientos básicos para dar inicio a negociaciones.

En el caso particular de Estados Unidos, existe un gran mercado potencial, especialmente en los productos de los subsectores de calzado, y bolsos,

⁶⁶ Salcedo, Carlos. Propuesta de formalización del sector calzado en Bogotá: análisis y prospectiva. Nebrija Universidad. 2011. p. 60.

artículos de viaje y productos similares de cuero. La participación de estos dos subsectores en las exportaciones totales del país es, respectivamente, de 12% y 14%. Este porcentaje para Estados Unidos es mínimo. Ya existe, por tanto, una experiencia exportadora del país en estos productos, queda pendiente conquistar el mercado de Estados Unidos y aprovechar las condiciones que se abren con el TLC con Estados Unidos, especialmente para productos de calzado en que existen 20 partidas arancelarias con una reducción inmediata en la tarifa⁶⁷.

Además de lo anterior, otras cosas como la obtención de descuentos con proveedores, aun más si son entidades gubernamentales, la apertura a nuevos mercados, al igual que participar activamente en encuentros o eventos realizados con organismos estatales o privados⁶⁸.

En términos de legislación para formalizar mipymes, el Congreso en el año 2010 expide la Ley de Formalización y Generación de empleo, de la cual, en el título II sobre los incentivos para la formalización empresarial estipulaba la posibilidad de participar en el diseño y la promoción e programas de micro crédito y crédito tanto para compañías del sector rural y urbano relacionados con: incentivos a la tasa, incentivos al capital, periodos de gracia, incremento de las garantías financieras.

Además de ello, esta norma establece programas de desarrollo técnico y asesoría especializada.

De igual manera, la ley propone una serie de incentivos para la generación de empleo tales como descuento en el impuesto sobre la renta y complementarios de los aportes parafiscales, así como la simplificación de trámites laborales, de préstamos, comerciales, hasta la financiación de vivienda.

Finalmente, es la formalización un medio para el subsector del calzado lo cual puede permitirle no solo acceder a una gran cantidad de garantías tanto económicas, como jurídicas y sociales, sino que también, al despliegue de las unidades productivas hasta la capacidad de inserción en mercados internacionales.

⁶⁷ Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos: Cuero, Calzado y marroquinería. Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. 2012. p. 34.

⁶⁸ Salcedo, Carlos. Óp. Cit. p. 71.

6.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS MIPYMES

Como se observó en el capítulo anterior, gran parte de las mipymes del subsector tienen dinámicas de organización tradicionalistas y poco propositivas en términos de crédito y creatividad, por lo cual, las fallas en temas como la planeación, el direccionamiento y la puesta en marcha de una estrategia es mínima o nula, impidiendo proyectar en el tiempo y el espacio, por lo cual es indispensable no solo dar lineamientos teóricos sobre estas formas de planeación sino aplicarlos como ejes organizacionales y transversales a la dinámica de producción y comercialización de calzado.

La planeación estratégica puede ser definida desde varios ámbitos, algunos de ellos diferenciales desde la perspectiva y el contexto económico en el cual se desarrolle. Sin embargo, son algunas características generales las que permiten construir una definición funcional para su comprensión y de forma específica, funcional para ser aplicada como referencia y marco a la situación de las microempresas del subsector investigado.

En efecto, algunos autores consideran la planeación estratégica como un arte o una ciencia que pretende cuestionarse profundamente los diferentes componentes que hacen parte del estrategia empresarial y por lo tanto formular, plantear, organizar e integrar gran diversidad de estudios, análisis y diagnósticos que propendan por mejorar el funcionamiento, las metas y los objetivos de la compañía⁶⁹.

Así mismo, es la planeación estratégica un principio que unifica y centraliza todos los factores empresariales con diferentes caracteres, teniendo en cuenta los sistemas, las realidades y los actores que necesariamente tienen influencia significativa en el establecimiento de este procedimiento.

La planificación estratégica, su concepción inicial involucra elementos que antes no habían sido considerados por los modelos anteriores, tales como la búsqueda de la eficiencia en la utilización de los recursos disponibles, la consideración permanente del entorno en el que se desempeña la organización como condicionante básico del desarrollo del plan y del comportamiento de los distintos actores que influyen en él, la influencia que tiene una decisión sobre distintos factores y, en consecuencia, la necesidad de reconocer el carácter sistémico de los procesos en los que se desempeña la institución, etc.,⁷⁰.

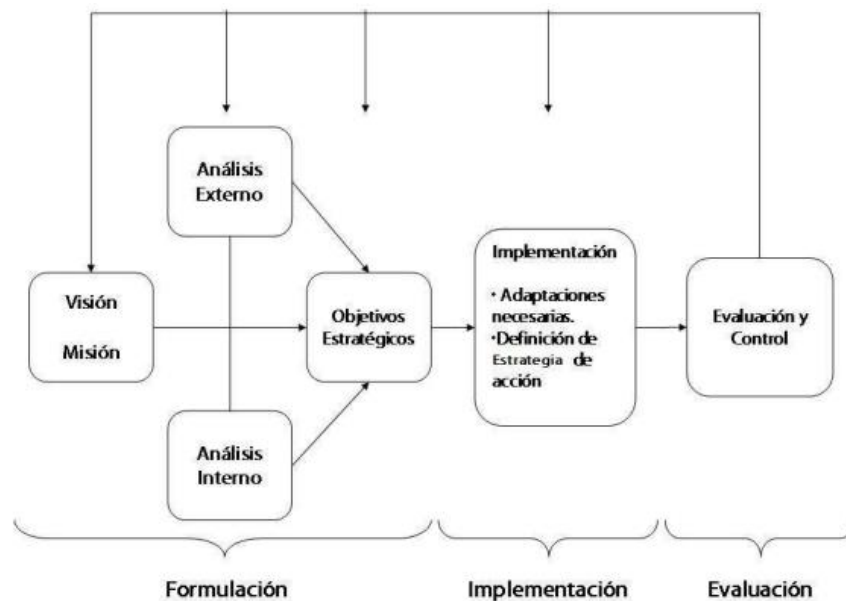
⁶⁹ Jiménez, Catarina. La planificación estratégica. (En línea). (24 Febrero, 2010). Disponible en Internet: <<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6756/12capitulo10.pdf?sequence=12>> p. 4.

⁷⁰ Aramatto & Candia. Manual de planificación estratégica. Universidad de Chile. 2010. p. 26.

En este sentido, la planificación estratégica para el tema del calzado en el Barrio el Restrepo no aparece como un elemento espontaneo, sino su transformación requiere de diagnósticos y reflexiones constantes que impliquen la recomendación de generar determinados cambios en pro del mejoramiento, entre estos se encuentra el tema por ejemplo de la formalización.

De manera genera, se podría decir que la planificación estratégica surge en tres momentos básicos: Formulación, implementación y evaluación⁷¹.

IMÁGEN 1. Planeación estratégica.



Fuente: Aramayo & Candia, 2010, p. 46

⁷¹ Bahamón, Augusto. Planeación estratégica, control interno y gestión de calidad para entidades públicas. Biblioteca jurídica Dike. 2007.

6.2.1. Formulación:

Este primer aspecto incluye todo lo relacionado a la búsqueda de valores los cuales constituir el sentido filosófico y moral de la organización empresarial, sobre los cuales se edifique la cultura de la misma.

Este planteamiento es de suma importancia, ya que es mediante la formulación de valores que se reflejará la identidad y el comportamiento de la compañía. En este caso, la formulación o reformulación de la misión y al visión empresarial son trascendidas por cuestionamientos y preguntas problema sobre la función empresarial, para quienes, el método de funcionamiento y la razón misma de la organización.

De esta forma, es el subsector del calzado y precisamente las unidades productivas que propendan en que su misión conecte como primera meta, evidenciar el objetivo social y empresarial (producción y comercialización de calzado) y también, el foco comercial que este posee.

De igual manera, esta debe ser complementada en tanto expresa los valores empresariales en los cuales edifica su labor, su compromiso y sus resultados de calidad, generado la posibilidad de construir relaciones de cercanía y confianza con los posibles clientes y cuál es su desarrollo en el espacio de mercado.

En ese mismo punto es la visión un factor preponderante para las mipymes puesto que debe contemplar el rango temporal de manera realista y congruente a las dificultades internas y proyecciones, manteniendo el objetivo de ser competente, conjugándolo con procesos de innovación tecnológica y teniendo en cuenta los espacios de estudios de marketing.

Además de lo anterior, la visión para las mipymes no solo se enfoca en un espacio geográfico (Barrio Restrepo-Localidad, Ciudad), sino que abre la posibilidad a la expansión internacional (País- Mundo), lo cual generará inexorablemente aumentos en la rentabilidad de la compañía.

6.2.2. Implementación

En este segundo aspecto, se da una fase de implementación de una nueva estrategia o modificación, la cual intentará ser aquella que indique una ejecución acertada de los cambios propuestos.

Es el tema de la ejecución y la práctica, sobre la cual se basa la fase de implementación puesto que implica hacer realidad los cambios teóricos establecidos y sobre los cuales se realizaron previamente los diferentes diagnósticos:

La ejecución incluye acciones tales como cambios en los territorios de ventas, adición de nuevos departamentos, cierre de instalaciones, contratación de nuevos empleados, cambios en la estrategia de precios de la organización, desarrollo de nuevas prestaciones del personal, fijación de procedimientos de control de costos, cambio en las estrategias publicitarias, construcción de nuevas instalaciones, adiestramiento de nuevos empleados y transferencia de gerentes entre divisiones.

Es bajo este criterio en que temas como la innovación, la participación, la creación de equipos interdisciplinarios cobran importancia significativa, puesto que ante las dificultades de la realidad y los cambios propuestos, la imaginación administrativa de las mipymes es esencial en los resultados

6.2.3. Evaluación

La actividad evaluadora es indispensable para realizar la mediación de los resultados esperados, sobre los resultados alcanzados y los diferentes avances o retrocesos logrados en los procedimientos de cambio.

Se trata de consolidar para la especificidad de la Mipyme los criterios que permitan de forma objetiva, ya sea de manera cuantificable o calificable, poseer un método de comparación entre lo que era, lo que es y lo que posible será en la nueva planificación empresarial.

A su vez, el espacio entre la formula y los resultados, creara la verificación evaluativa y por lo tanto las posibles medidas de corrección para continuar con el proceso de mejoramiento continuo organizacional.

El avance insatisfactorio hacia la consecución de los objetivos anuales o a largo plazo es una señal de que se necesitan medidas correctivas. Muchos factores, como las políticas irrazonables, los cambios inesperados en la economía, los proveedores o distribuidores poco confiables o las estrategias ineficaces, pueden dar por resultado un avance insuficiente para alcanzar los objetivos⁷².

⁷² Ballesteros, Bernardo. Planeación estratégica. Guía didáctica y modulo. Fundación Universitaria Luis Amigo. 2007.

Llama la atención de este proceso, el hecho mismo de la dificultad que presenta generar cambios que modifican todos los engranajes organizacionales de las unidades productivas de calzado. Es por ello que para dar de un modo u otro, posibilidades de éxito, los diagnósticos y las herramientas de medición no deberán funcionar desde un aspecto lineal y necesariamente jerarquizado, sino más tendrá que tomar la figura de un círculo, en el cual, el aspecto como la evaluación sea permanente e inicie ciclos constantes⁷³.

6.3. SISTEMA DE PLANIFICACIÓN TECNOLÓGICA, SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR DE CALZADO

Durante el diagnóstico realizado a las microempresas del barrio Restrepo, se observó la inexistencia de programas o sistemas que permitiesen una organización general de la información. Específicamente se evidencia en temas como los datos históricos o estadísticos que permitan generar planeación, sistematización de decisiones preponderantes dentro de la organización de las microempresas, sistemas de información formal o de consulta especializada, o sistemas que soporten decisiones basadas por ejemplo en datos matemáticos y permitan generar aproximaciones.

De igual manera y ante las dificultades presentadas en el componente sobre planeación estratégica para el subsector, se diagnosticó la inexistencia por parte de las empresas de herramientas o sistemas que permitan contribuir en la creación de organigramas para el fomento de reuniones, capacitaciones entre otras.

Así mismo, sea hace notorio que ante la improbabilidad de crear herramientas de valuación sobre resultados o eficacia del funcionamiento, es improbable que se puedan realizar acciones correctivas que permitan reflexionar y actuar de forma rápida, tal como se evidencio en una de las preguntas.

En concordancia, y dentro del marco de esta investigación se propone la adquisición de programas de sistemas de información que permitan suplir estas necesidades.

En la actualidad la adquisición de este tipo de programas no solo es fácil y rápida, sino que su valor y costo respecto de las funciones que realiza se considera como “inversión”.

⁷³ Arana, Ronald. La comunicación en la pymes. Conceptos fundamentales, métodos de investigación y planeación estratégica. Universidad Santiago de Cali. 2009. p. 20.

Es así que para el caso específico de las mipymes del subsector del calzado se propondrá un programa llamado Balanced Scorecard Software o BSC Designer, el cual viene en varios idiomas y muchas organizaciones micro empresariales, sobre todo asociadas entre sí, contribuyen en la formación y capacitación de los administradores y empleados para su uso.

Este programa informativo se conjuga en varios sistemas informativos que posibilitan parte del control y mejoramiento empresarial, así como perspectivas de medición de efectividad o eficiencia.

En ese orden este software contiene como primer factor, el denominado KIP (Indicadores y Claves de Rendimiento), o también denominados indicadores de medición de efectividad los cuales están en conexión estrecha con los objetivos planteados por la compañía a partir de allí (planeación estratégica) se ingresan los objetivos dentro del programa y se crean los indicadores con los que medirán entre los cuales pueden existir: rapidez, estrategia, fortalezas etc.

Por otra parte, el software realiza por medio de un control de mando integral, planificaciones detalladas con bases teóricas y valores medibles hacia perspectivas futuras reales, según la visión empresarial.

Así efectivamente, la Mipyme podría medir actividades como el marketing, procesos productivos y hasta recursos humanos:

- Perspectiva financiera
- Perspectiva del cliente
- Perspectiva de innovación y aprendizaje
- Perspectiva interna

El programa organiza bajo cuatro categorías las actividades empresariales y por medio del cuadro de mando se integran estos procesos con los objetivos estratégicos de la misma, relacionando diferentes niveles en cada una de las áreas.

IMÁGEN 2. Balanced Scorecard.



Este programa se convierte en una herramienta funcional para automatizar desde el cuadro de mando, los diferentes sistemas de gestión específicos para esta compañía, entre los cuales esta:

- Necesidades.
- Planes.
- Controles
- Estudios
- Estrategias
- Información
- Evaluación
- Registros
- Proyectos

Esto permite por ejemplo el manejo concreto de los productos de las Mipyme según tendencias: estilo de calzado de caballero, estilo de calzado dama, estilo de calzado juvenil, estilo de calzado infantil y las propias segmentaciones de los mismo como variables aparte.

En efecto, al automatizar cada uno de las variables y de los componentes, sistematiza de manera eficaz la información y genera métodos de identificación de

procesos que no van en cursos con la estrategia general, utilizando mecanismos como el semáforo el cual indica los posibles problemáticas y sus intensidad.

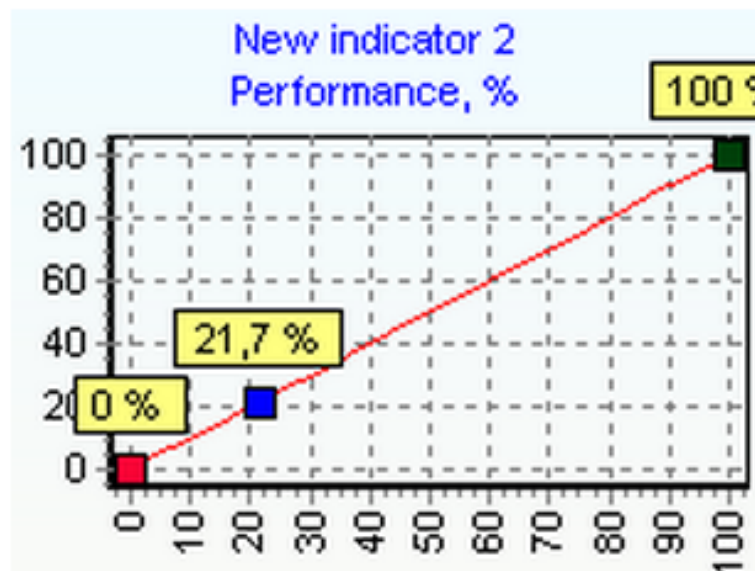
A su vez, el software facilita la relación espacio temporal ya que el calendario y los puntos de tiempo generan indicadores de medición sobre la duración de actividades, proyectos generando diagramas que evalúan si los tiempos se cumplen según lo pactado y lo proyectado.

Esto contribuye por ejemplo a crear índices de factibilidad de venta de calzado según la temporada y proponer actividades sobre proyecciones (temporada escolar, temporada vacacional, día de la mujer, etc.).

Entre los resultados de este software también se encuentra la disponibilidad para editar en diferentes formatos las conclusiones o los diagnósticos, según la necesidad empresarial. Es así que logra distribuir informes con configuración html, informes en power point, informes en Excel.

Así mismo, la eficiencia y efectividad empresarial es proclive a graficarse mediante gráficos de optimización que indican los diferentes porcentajes y los cálculos métricos de las diferentes actividades y funciones.

IMÁGEN 3. Gráficos de optimización.



Para finalizar, es innegable la contribución que este tipo de programas permiten darle no solo organización a las actividades empresariales, sino que también poseen singularidades para evaluar y diagnosticar y hacer llamados para la corrección o re-evaluación de procesos de las mipymes.

Este punto es preponderante, dada la problematización generada la inicio de esta investigación en tanto gran parte de los procesos y los controles generado al interior de las microempresas del subsector del calzado se realizan de manera informal y bajo mínimos niveles de innovación tecnológica, que no solo perjudica el avance de la compañía en términos de actualización sino que imposibilita nuevas propuestas y cambios de la estructura cultural y humana de la empresa.

CONCLUSIONES

Las entrevistas realizadas a las 96 mipymes del subsector del calzado de la ciudad de Bogotá en el Barrio Restrepo, han sido funcionales en la consolidación del diagnóstico sobre problemáticas, deficiencias, dificultades para el desarrollo empresarial y productivo de las mismas.

En efecto, el diagnóstico suministró información en tres aspectos fundamentales. El primero de ellos relacionado a la formalización, puesto que dada las prácticas de informalidad de las mipymes estas carecen en una primer medida de todos los controles y regulaciones gubernamentales, lo cual impide generar procesos de bancarización, préstamos y créditos para inyección de capital en estas compañías.

Desde esta perspectiva, la investigación ha propuesto la necesidad de formalizar estas compañías en tanto la vigencia de la legislación contribuye a generar ventajas para aquellas compañías que deciden formalizarse, entre las cuales estas: disminuciones de impuestos, parafiscales y programas gubernamentales para el desarrollo microempresarial. A su vez, la participación activa de las microempresas formalizadas posibilita el acceso a microcréditos, bancarización y adquisición de maquinaria y derecho, la posibilidad de exportación hacia mercados como los Estados Unidos, cumpliendo con los condicionamientos arancelarios.

En el segundo bloque de preguntas se evidencio una ausencia significativa de planeación y organización estratégica, lo cual impide generar proyecciones hacia corto, mediano y largo plazo, estableciendo formas tradicionalistas de producción basadas en la repetición e imitación constante de procesos.

En concordancia, la investigación propone no solo planteamientos teóricos sobre la importancia de la planeación estratégica en la medida de formular parámetros organizacionales para el sector, implementación de estrategias que ejecuten los enclaves antes descritos y propuestos en la formulación y por lo tanto, procedimientos de evaluación y diagnóstico que midan resultados esperados.

En este punto, la propuesta de investigación hace énfasis en la promulgación de la misión, la visión y los objetivos de la microempresa para el sector, que permita darle direccionamiento y enfoque a la práctica productiva del calzado.

Finalmente, y en el último bloque de preguntas se establece las carencias de tecnologías e información en las dinámicas endógenas y exógenas de las microempresas para el calzado.

Por lo tanto, la propuesta específica y concreta respecto de la promoción de actualización tecnológica implica la probabilidad de realizar acercamiento a programas y software que no solo conecte los procesos anteriores, sino que sirva como manual de procesos y procedimientos de las unidades productivas.

El programa informático propuesto BSC Designer, es uno de los sistemas que funcionan como centros de mando, con los cuales, las propias necesidades y los contextos específicos de las compañías, pueden ser medidos, controlados y vigilados constantemente, con la puesta en marcha de indicadores de evaluación. Con lo cual, los objetivos propuestos por las unidades productivas de calzado, construyen márgenes de calificación para hacer un seguimiento constante y medidas correctivas que sean necesarias.

Para finalizar, las estrategias propuestas en la investigación son resultado de diagnósticos y experiencias pragmáticas que desde una práctica laboral cercana, propone tácticas reales en el fenómeno problemático del subsector del calzado para las mipymes.

BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO, Alejandro. El proceso de la entrevista. Conceptos y modelos. Noriega editores. 1988.

AGUIRRE, ERAZO & RINCON. Factores culturales que facilitan la internacionalización para Pyme de calzado en Bogotá. Universidad Konrad Lorenz. 2010.

ANTOLINEZ, Manuel Alfredo. Productividad de la Mipyme Sector Cuero y Calzado. Cámara de Comercio de Cúcuta, Sena, ACICAM. Cúcuta.

ARANA, Ronald. (2009). La comunicación en la pymes. Conceptos fundamentales, métodos de investigación y planeación estratégica. Universidad Santiago de Cali. p. 20.

ARAMATTO & CANDIA. Manual de planificación estratégica. Universidad de Chile. 2010. p. 26.

ARFUCH, Leonor. La encuesta, una invención dialógica. Editorial Paidós. 1995.

ARZUBI, Amilcar. Teoría de la producción. Universidad de Córdoba. 2003.

BAHAMÓN, Augusto. Planeación estratégica, control interno y gestión de calidad para entidades públicas. Biblioteca jurídica Dike. 2007.

BALLESTEROS, Bernardo. Planeación estratégica. Guía didáctica y modulo. Fundación Universitaria Luis Amigo. 2007.

BERNAL, Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Editorial Pearson. Bogotá 2000., p, 11.

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Perfil Económico y Empresarial de las Localidades de Antonio Nariño, Tunjuelito y Rafael Uribe.

- CAFIERO, Carlos. El capital al alcance de todos. Utopía libertaria. Buenos aires. 2010.
- C. N. M. A. Guía para el control y prevención de la contaminación Industrial. Curtiembre. Santiago. Comisión Nacional del Medio Ambiente. 1999.
- CARDONA & GANO. *Dinámica industrial, crecimiento económico y PYMES*. En Observatorio de la Economía Latinoamericana 50, octubre 2005 Texto completo en www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/ SAAVEDRA & HERNANDEZ. Caracterización e importancia de las Mipymes en Latinoamérica: un estudio comparativo. Actualizada contable. Medirá. 2011.
- C.I. G. I. Pymes un Reto a la Competitividad. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. 2004.
- D.N.P. Cadena cuero, calzado y manufacturas. Documento Sectorial. Departamento Nacional de Planeación. 2007. p, 12.
- DE LA DEHESA. Guillermo. Comprender la Globalización. Alianza Editorial. Madrid 2004.
- EPISTEMYKA. Métodos estadísticos para el cálculo estimativo de la denominada población flotante. Geoconyka. 2008.
- FAZIO, Hugo. Cambio de Paradigma: De la Globalización a la Historia Global. Uniandes. Bogotá. 2007. p, 2007.
- FEENSTRA, Robert & Tylor, Alan. Comercio Internacional. Barcelona. Editorial Revisté. 2011.
- FERES, Juan y MANCERO, Xavier. El método de las necesidades básicas Insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina. Estudios estadísticos y prospectivos. CEPAL. 2001
- FRIEDMAN Milton. Libertad de Elegir: Hacia un nuevo liberalismo. Editorial Grijalbo. Barcelona 1980. p, 209-210.
- GALEANO, María. Diseño de proyectos en la Investigación Cualitativa. Editorial Universidad EAFIT. Medellín 2004., p, 21.
- GONZALEZ, Fernando. Investigación Cualitativa y Subjetividad: Los Procesos de Construcción de Información. Pontifica Universidad Católica de Campiñas. Editorial Mc Graw Hill. México D.F. 2007. p, 64

- GUILLEN, Arturo. La teoría Latinoamericana del Desarrollo. Reflexiones para una estrategia frente al neoliberalismo. En publicación: Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización. Homenaje a Celso Furtado. Vidal, Gregorio; Guillén R., Arturo. 2007.
- HERRANZ, Elena. Guarnicionero por generación espontanea. Revista a la Vaquera. 2009.
- HURTADO BARRERA, Jacqueline. Metodología de la Investigación. Editorial Sypal. Caracas 2000.
- MALDONADO, Adolfo. Ensayo de las ideas políticas de los Clásicos más relevantes. Instituto Politécnico Nacional. México. 2008. p, 60.
- MEJIA, Alberto. Los diferentes conceptos del valor. Documentos planning. (En línea). (24 Febrero, 2008). Disponible en Internet: <file:///C:/Users/William%20Andres/Downloads/los_diferentes_conceptos_de_valor.pdf>¹ PEREZ, Claudia. Bordando la identidad: talabartería, migración y prestigio social en Clotlan. El colegio de San Luis. 2007.
- MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Los retos de la cadena de cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI. MIN desarrollo. 2001.
- MINISTERIO DE TRABAJO. Programa de curso de formación profesional y ocupacional. Maquinista de peletería. Instituto nacional de empleo. Madrid. 2005.
- OLIVIA, Marta. Perfil Sector calzado 2011. Ministerio de Economía el Salvador. San Salvador. 2011.
- ORTEGA, Neyla & HURTADO, Claudia. Procesos de innovación aplicados a empresas de la industria del cuero y el calzado, en la ciudad de Bogotá. Universidad EAN. 2012.
- PEREZ, Rafael. Gerencia de las mipymes en Santa Fé de Bogotá. Un caso de cuatro sectores económicos. Escuela de Administración de Negocios. 1999, p. 43.
- PORTER, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Revista Facetas. No. 91-1/91. 1990.
- REYES, Víctor. "Pobre del pobre". Pobreza y exclusión. Análisis conceptual* y empírico. Revista colombiana de sociología. 2008. p, 21.

RODRIGUEZ, Astrid Genoveva. La Realidad de la Pyme Colombiana – Desafío para el Desarrollo. Fundes. Bogotá 2003. p, 57.

SALCEDO, Carlos. Propuesta de formalización del sector calzado en Bogotá: análisis y prospectiva. Nebrija Universidad. 2011. p. 60.

SANCHEZ PRIETO, Delfredo. Análisis Sectorial Estructura, Conducta y Actuación de Mercados Sector Cueros. Universidad Nacional de Colombia. 1994. Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. Cuadernos de Administración, Universidad Javeriana, 19(31).

UTHOFF, Andras. Mecanismos para enfrentar asimetrías económicas y sociales en los procesos de integración de América Latina y el Caribe. Nacionales Unidas. CEPAL. México. 2004.

YEPES, Carol & BLANCO, Sergio. Plan de negocios para la empresa Buster Shoes LTDA. Pyme del sector calzado de Bogotá. Universidad de la Salle. 2008.

TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. Limusa Noriega Editores. 1999. p, 55.

ZAPATA, Gabriel. Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. Ministerio de Desarrollo. 1999

_____. Identificación, diagnóstico y caracterización de las concentraciones y aglomeraciones productivas, clúster, formas asociativas, cadenas productivas, y otras forma productivas en el Distrito Capital Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID). Universidad Nacional de Colombia Informe Final 2012, p, 72.

_____. Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos Resumen. Ministerio de Agricultura. Presidencia de la Republica de Colombia.

REVISTAS Y PERIÓDICOS

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Perfil Económico y Empresarial de las Localidades de Antonio Nariño, Tunjuelito y Rafael Uribe. 2009

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, Centro de Investigaciones para el Desarrollo CID. Identificación, diagnóstico y caracterización de las concentraciones productivas, clúster, formas asociativas, cadenas productivas y otras formas productivas en el Distrito Capital. Febrero de 2012.

WEBGRAFÍA

Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos: Cuero, Calzado y marroquinería. Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. (En línea). (24 Sept, 2012). Disponible en Internet: <http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf> p. 34.

Centro de Documentación Política comercial de Colombia en el mundo. Tratados de Libre Comercio. Universidad Sergio Arboleda. (En línea). (24 Febrero, 2008). Disponible en Internet: <<http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/tratados-libre-comercio-colombia.htm>>

BOLETÍN AGRARIO. Diario Digital Independiente. (En línea). Disponible en: <<http://www.boletinagrario.com/ap-6,glosario,503,importacion.html>>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Perfil Económico y Empresarial de las Localidades de Antonio Nariño, Tunjuelito y Rafael Uribe. (En línea). (24 de Octubre, 2010). Disponible en: <http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=74&conID=920>

HERNANDEZ, Alejandro. Conceptos para hablar en el análisis de los precios: inflación, deflación y estanflación. (En línea). (14 de Abril de, 2012). Disponible en Internet <<http://www.economiatic.com/conceptos-para-hablar-el-analisis-de-los-precios-inflacion-deflacion-y-estanflacion/>>

EL PAÍS. 31, Enero, 2013. Disponible en internet: <<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/zapatos-chino-tienen-riesgo-100000-empleos-sector-calzado>>

EL TIEMPO. 06, junio, 2013. Disponible en internet: <http://www.eltiempo.com/colombia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12851783.html>

DANE. Preguntas frecuentes. Producto Interno Bruto. (En línea). (15 de Julio de, 2000). Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_pib.pdf>

DUBOIS. Alfonso. Un Concepto de Desarrollo para el siglo XXI. Universidad de Deusto. Disponible en Internet: <<http://www.umanizales.edu.co/publicaciones/campos/economicas/lumina1/html/8/concepdesar.pdf>>

ICEX. El mercado de cuero y marroquinería en Colombia. ofician económica y comercial de la embajada de España en Bogotá. En línea). (24 Junio, 2004). p, 11. Disponible en Internet: <<http://www.plancomo.org/pdf/34/2004-Colombia.pdf>> .

INTERFAZ. La Industria del calzado en Grandes Números. (En línea). (09 de Noviembre, 2012). Disponible en: <http://www.tuinterfaz.mx/articulos/9/69/la-industria-del-calzado-en-grandes-numeros/>.

JIMÉNEZ, Catarina. La planificación estratégica. (En línea). (24 Febrero, 2010). Disponible en Internet: <<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6756/12capitulo10.pdf?sequence=12>> p. 4.

FERNANDEZ Marta El proteccionismo frente al libre mercado. (En línea). (15 Sep., 2006). Disponible en Internet: <http://roble.pntic.mec.es/jprp0006/biblioteca/proteccionismo_vs_libre_mercado.pdf>

MATTEUCCI, Mario. La exportación de Bienes y Servicios: Conoce la regulación de la Ley del IGV? (En línea). (01 de Septiembre de, 2012). Disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/item/141503/la-exportacion-de-bienes-y-servicios-conoce-la-regulacion-en-la-ley-del-igv>

NORMAN, Mary. La coherencia de la política económica para el desarrollo. Referencias sobre países de Latinoamérica y particularmente Colombia. Universidad Pontificia Javeriana. . (En línea). (23 Noviembre, 2009). Disponible en Internet: http://www.javeriana.edu.co/fcea/pdfs_depto_economia/paper_2009_07_politica_desarrollo_co.pdf

PROEXPORT. Situación actual del sector calzado en el mundo. Promoción de turismo, inversión y exportaciones. (En línea). (15 de Diciembre, 2011). Disponible en:

http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Benchmarking_trends.PDF

RODRIGUEZ, Nuri & LOPEZ, Carlos. El comercio. (En línea). Disponible en: <http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>

THOMPSON Iván. Definición de Negocio. (En línea). (01 de Enero de, 2006). Disponible en Internet: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>

REVISTA DINERO. Acicam. En Revista Dinero (En línea). (1 de Febrero, 2011). Disponible en: <http://www.acicam.org/documents/NOTASDEPRENSA01AL11DEFEBRERO2011.pdf>

REVISTA PORTAFOLIO. Bogotá. “Macrorrueda de negocios de los zapateros en El Restrepo”. D.C. 29, AGOSTO, 2013. Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/macrorrueda-negocios-los-zapateros-el-restrepo>

VILLEGAS LONDOÑO. Dora Inés. TORO JARAMILLO. Iván Darío. Las Pyme: Una Mirada a partir de la experiencia Académica del MBA. Universidad Eafit. (En línea). (30 Marzo, 2010). Disponible en <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf>

**ANEXO 1.
ENCUESTA.**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.
PROGRAMA DE ECONOMÍA.**

Encuesta dirigida a propietarios de fábricas de calzado.

Objetivo: Realizar un diagnóstico económico y social de los fabricantes de calzado del barrio Restrepo de la ciudad de Bogotá 2009-2012

Nota: La información solicitada tendrá aplicaciones académicas exclusivamente.

ENCUESTA No____
Dirección_____localidad_____
FECHA: _____
Nombre de la microempresa_____

• **FORMALIZACIÓN:**

1. ¿Su empresa esta formalizada?

Si_____ no_____

2. ¿Existe un proceso constante de actualización de la información empresarial en las instituciones reguladoras?

Si___ No___

3. Cómo perciben en su empresa o entidad el futuro del subsector en términos normativos o de políticas públicas?

Optimista___ Pesimista___ Ns/Nr___

4. ¿Conoce acerca de las políticas de desarrollo empresarial a nivel nacional y del distrito para el subsector calzado?

Si
No

- **PROCESOS DE TECNOLOGIZACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL.**

5. Esta microempresa incorpora nuevos conocimientos a su actividad productiva?

Si___ No___

¿Cuáles?

6. ¿Existen en la empresa procesos de optimización de Tecnologías de la Comunicación y de la Información?

Si___ No___

¿Cuáles?

7. En aquellos que ha respondido “SI”, que tipo herramienta usa actualmente para manejar dicha información?

De comunicación no simultánea (e-mail)___

De búsqueda de documentos___

Que se basan en Internet___

De bases de datos Integradas___

De clasificación de documentos___

De comunicación simultánea___

De sistemas expertos___

Ninguna___

8. Responden en su empresa o entidad rápida y eficazmente a las solicitudes de información?

Si___ No___

b) CULTURA EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVA:

10. En su organización da prioridad a la capacitación del personal?

Si___ No___

11. En la organización planean sus actividades hacia el futuro?

Si___ No___

12. ¿Qué limitantes encuentra para ampliar su producción y/o innovar en su producto?

Falta de Capital

Falta de Demanda

Falta de Tecnología

Falta de Mano de Obra Calificada

Altos costos de las materias primas e insumos

Otro

Cual-----

13. ¿Cuáles son los principales problemas que tiene el subsector?

Falta de acceso a la tecnología

Contrabando

Revaluación

Falta de acceso al crédito

Falta de acceso a mercados

Calzado Chino

Otro

Cual -----