

ANALISIS SOBRE LA COMPETITIVIDAD DEL CLUSTER TEXTIL PRENDAS DE  
VESTIR EN BOGOTA LOCALIDAD PUENTE ARANDA: EVIDENCIA DE LOS  
EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID 19.

JAIME NOEL MATALLANA RODRIGUEZ

TESIS DE MAESTRIA PARA OPTAR EL TITULO DE MAGISTER EN  
ADMINISTRACIÓN MBA

DIRECTOR(A)

MAYDA ALEJANDRA CALDERÓN DÍAZ  
DOCTORA EN CIENCIAS ECONÓMICAS

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION MBA  
BOGOTÁ D.C

2022

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Nombre del director

Firma del Director

---

Nombre

Firma del presidente Jurado

---

Nombre

Firma del Jurado

---

Nombre

Firma del Jurado

Bogotá, D.C. mayo de 2022

## **DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD**

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García Peña

Vicerrector Académico de Recursos Humanos

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretario General

Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decano Facultad Ciencias Económicas y Administrativas

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Directora

Dra. Mayda Alejandra Calderón Díaz

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores

## DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a:

A La Divina Madre por permitirme la Luz Divina para transitar el camino en esta tierra atreves de Cafh.

A mi Madre Elena, mi esposa Gloria y mis hijos Angélica y Gabriel a quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me alentaron lograr trascender el desafío de esta meta.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a las directivas de las empresas textiles donde laboro, Textrama S.A. y Tramatrix S.A.S. por la disposición de tiempo para el desarrollo de este trabajo, al igual a los clientes de las empresas de la industria que me abrieron las puertas para colaborar con las respuestas de la encuesta a sus necesidades de sus organizaciones.

Mi agradecimiento a la Directora de Textilgrupo, Dra. Silvia Borda por su apoyo institucional y personal que me permitió, con su orientación, dar inicio del estudio acerca del tema clúster y guiarme hacia las instituciones claves para concretar la idea del trabajo de grado.

Especial agradecimiento a la Dra. Martha Graci. Directora de la Iniciativa Clúster Moda prendas de vestir Bogotá Región de la Cámara de Comercio de Bogotá por invitarme y ser partícipe desde el inicio de la pandemia covid19 a los comités ejecutivos de la iniciativa con la agenda para la búsqueda de soluciones y aporte a las necesidades de las organizaciones de la cadena industria textil- confección y comercio.

Finalmente, expreso mi más grande y sincero agradecimiento a la Dra. Mayda Calderón, directora de este trabajo, quien, con su alto grado de compromiso profesional, dirección, conocimiento, enseñanza y actitud de servicio, me guio el desarrollo y conclusión del proyecto

## TABLA DE CONTENIDO

	pág
INTRODUCCION	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 Antecedente	16
1.2 Pregunta de Investigación	17
1.3 Justificación	17
1.4 Objetivo General	18
1.4.1 <i>objetivo específico</i>	18
2. MARCO TEORICO	19
2.1 Aspectos preliminares	19
2.1.1 <i>Competitividad</i>	19
2.1.2 <i>Clúster</i>	26
2.1.3 <i>las cadenas de valor</i>	29
2.2 Redes de Cooperación	31
2.2.1 <i>A nivel internacional. TCI Network</i>	31
2.2.2 <i>nivel Colombia</i>	34
2.2.3 <i>Cronología de competitividad</i>	34
2.2.4 <i>Política Clúster en Colombia</i>	36
2.2.5 <i>Sistema Nacional de competitividad e Innovación</i>	37
2.2.6 <i>Consejo Privado de Competitividad</i>	40
2.2.7 <i>Comisiones regionales de Competitividad e Innovación</i>	40
2.2.8 <i>Agendas Departamentales de Competitividad e Innovación</i>	40
2.2.9 <i>Red Clúster</i>	41
2.2.10 <i>Cámara de Comercio De Bogotá Vicepresidencia de Competitividad</i>	41
3. METODOLOGÍA	44
3.1 Aspectos Preliminares	44
3.2 Población y Muestra	45
3.3 Recolección de la información y análisis	45

3.4 Población objeto de estudio	46
3.4.1 Número de empresas del macro sector moda respecto a los demás macro sectores	48
3.4.2 Número de empresas del Clúster textil Prendas de vestir Bogotá región	53
3.4.3 comportamiento del nivel de empleos en el período de pandemia Macro sectores	65
3.4.4 Comportamiento del nivel de empleo por eslabón de la cadena textil Prendas de vestir Bogotá Región	67
3.5 Análisis de la localidad de Puente Aranda, población objeto de estudio	69
4. RESULTADOS	76
4.1 aspectos observables	76
4.2 identificación de las variables a diagnosticar del objeto de estudio	76
4.2.1 Tema general	77
4.2.2 Tema de la transformación digital	77
4.2.3 Tema De Acceso Al Talento Humano	78
4.2.4 Tema de contabilidad y finanzas	78
4.2.5 Tema De Ventas, Mercadeo Y Logística	78
4.3 Interpretación Y Análisis De Los Resultados De La Investigación	79
4.3.1 De Los Aspectos Generales	79
4.3.2 De Los Aspectos Tecnológicos	80
4.3.3 Del Aspecto Al Acceso Al Talento Humano	81
4.3.4 Del Aspecto de las Finanzas y La Contabilidad.	82
4.3.5 Del Aspecto de las ventas, Mercadeo y Logística	83
4. CONCLUSIONES	85
BIBLIOGRAFIA	86
ANEXOS	90

## LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Niveles concéntricos de la competitividad	21
Figura 2. Definiciones de Competitividad	22
Figura 3. Elementos de la estructura de la industria	25
Figura 4. Diamante de Porter	27
Figura 5. Cadena de valor	30
Figura 6. Sistema Nacional de Competitividad e Innovación	39
Figura 7. Distribución de las iniciativas clúster en Bogotá	42
Figura 8. Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra para un universo finito	45
Figura 9. Tamaño de la muestra	48
Figura 10. Iniciativas Clúster por macro sector clúster Bogotá- Región representación porcentual de empresas macro sector moda respecto al total por año 2018 - 2019 - 2020	49
Figura 11. Macrosectores iniciativa clúster Bogotá Región variación anual de número de empresas por macro sector	51
Figura 12. número de empresas iniciativas Clúster prendas de vestir Bogotá Región de acuerdo a su tamaño	56
Figura 13. Iniciativa clúster macro sector Moda Bogotá región variación porcentual de empleos	67
Figura 14. Iniciativa clúster textil iniciativa prendas de vestir Bogotá. variación anual en el nivel de empleo por eslabón cadena textil periodo 2018 – 2019 - 2020	69
Figura 15. Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá _ región. localidad de Puente Aranda. resultado encuesta condición de comerciante ante Cámara de Comercio	79
Figura 16. Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá _ región. Localidad de Puente Aranda. Resultado encuesta necesidades en transformación digital	80
Figura 17. Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá _ región. Localidad de Puente Aranda. Resultado encuesta necesidades en capital humano	81
Figura 18. Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá _ región. Localidad de Puente Aranda. Resultado encuesta necesidades contabilidad y finanzas	82

Figura 19. Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá \_ región. localidad de puente Aranda. resultado encuesta necesidades en el área de mercadeo- ventas y logística 83

## LISTA DE TABLAS

	<b>pàg</b>
Tabla 1. Localidad de Puente Aranda Distribución de empresas por barrio	47
Tabla 2. Porcentaje de empresas por periodos 2018 – 2020 por clúster macrosector	50
Tabla 3. Variacion porcentual de empresas por periodo en cada sector economico	52
Tabla 4. Numero de empresas Bogotá - región y eslabón de la cadena textil por localidad años 2018 - 2019 y 2020	54
Tabla 5. porcentaje de empresas Bogotá - región y eslabón de la cadena textil por localidad años 2018 - 2019 Y 2020	57
Tabla 6. Variación porcentual de empresas Bogotá - región y eslabón de la cadena textil por localidad periodos 2018 - 2019 Y 2020	61
Tabla 7. Variación porcentual trabajadores por periodo en cada sector económico	66
Tabla 8. Variacion porcentual de trabajadores por eslabón de la cadena textil	68
Tabla 9. Distribución por eslabón y tamaño de empresas a Diciembre del 2020 iniciativa clúster textil prendas de vestir localidad Puente Aranda	71
Tabla 10. Respuestas principales necesidades de los empresarios generados por la pandemia mundial de covi 19	74

## RESUMEN

El presente trabajo de grado es un estudio de caso titulado, Análisis sobre la competitividad del Clúster Textil prendas de vestir en Bogotá localidad Puente Aranda: Evidencia de los efectos de la pandemia Covid 19. En este, se investigó la situación de las empresas integrantes al clúster de la localidad en circunstancia pos pandemia Covid19, en el que se muestra a través del resultado de encuestas la situación de necesidades de su estructura en las organizaciones del sector textil para enfrenta escenarios, como en este caso, el impacto de la pandemia Covid19, en su competitividad. Para el desarrollo de esta labor, se contextualiza la situación del clúster para de esta manera focalizar las organizaciones objeto de observación y los resultados del análisis.

**Palabras Clave:** Competitividad, Clúster, Cadena Textil, Localidad, Industria, Región.

## INTRODUCCION

La presente investigación se refiere al tema de estudio de caso del clúster del sector textil Prendas de vestir de Bogotá, particularmente en la Localidad de Puente Aranda en situación post pandemia covi19, los efectos sobre las organizaciones y su situación competitiva.

La particularidad del estudio es evidenciar de los resultados de las encuestas como se reflejan en los resultados del sector textil, su conformación de organización el tipo y tamaño de estas.

Para en analizar los resultados, es necesario entender como está estructurado la Iniciativa clúster del sector en la ciudad de Bogotá, que aporte tiene sobre las organizaciones, su apoyo, Cual es su importancia para la competitividad de las empresas.

La investigación acerca de la conformación del clúster textil prendas de vestir en Bogotá se realizó por el interés de conocer que es, cuál es su función en la economía y en la sociedad. Por otra parte, que elementos se requieren para que una organización textil se haga participe del clúster, que beneficios obtiene, también que aportes puede contribuir como miembro del conglomerado.

Al desarrollar una profundización académica y tener un interés de índole profesional en los temas de competitividad en el sector textil, se conjugan estos dos factores de beneficio que aportan satisfacción para encaminar el aporte a la academia y a las organizaciones. La estructura de este trabajo está desarrollada en cuatro partes, donde, el primero contiene un marco teórico de referenciación de autores a cerca de la competitividad, enfocado hacia como se ubica los clústeres en el contexto global y de qué manera se entrelaza la red en la economía y sociedad colombiana, las políticas de estado con su marco legal y empresarial.

El segundo capítulo se desarrolla la metodología con la estrategia de estudio de caso de los efectos en las empresas del clúster prendas de vestir de Bogotá, del fenómeno pandemia covid19. La elección de la muestra se toma para poblaciones finitas; Para tal fin se realizan encuestas, El cuestionario se estructuró con preguntas cerradas con las opciones predefinidas con elecciones similares a una escala de Likert que permiten medir con precisión el acuerdo o desacuerdo a las preguntas realizadas. recolección de datos históricos con fuente de registros mercantiles

Las fuentes de los datos se recogieron directamente encuesta personalizada a los empresarios de un barrio de la Localidad de Puente Aranda. El tercer capítulo trata del análisis de los datos de fuente primaria de los resultados producto de la encuesta y el entrelazamiento con las estadísticas recaudados de la fuente de información secundaria, su interpretación y el resultado de las observaciones

El cuarto capítulo, se detallan las conclusiones del análisis de los resultados del estudio y se comparan con lo previamente analizado por los investigadores de la Cámara de Comercio de Bogotá.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia para marzo 17 del 2020 El Gobierno Nacional, con el Decreto 417 por el cual declara el estado de emergencia social y ecológica en todo el territorio nacional por causa del coronavirus COVID 19 como pandemia y entre otras ordenanzas se incluye “Ordenar a los jefes, representantes legales, administradores o quienes hagan sus veces a adoptar, en los centros laborales públicos y privados, las medidas de prevención y control sanitario para evitar la propagación del COVID-19. Deberá impulsarse al máximo la prestación del servicio a través del teletrabajo.” Con cierre temporal hasta nueva orden de empresas fabriles y de servicios, restringiendo movilidad y contacto físico entre las personas.

El sector textil venía atravesando un momento muy difícil frente a la masiva importación de prendas de vestir de Asia, y la pandemia agudizó la problemática... (La Republica, 2020)

La crisis aceleró el proceso de digitalización de cientos de empresas y las que ya estaban vendiendo potencializaron su canal; pero esto solo representa el 10% de las ventas. Sin duda, las medidas que ha adoptado el Gobierno han disminuido exponencialmente las ventas del sector textil confección, ya que la industria nacional no ha sido una prioridad y los compromisos han quedado en el limbo. (La República, 2020).

Entre enero y abril, nuevamente, la balanza comercial para nuestro sector presentó un déficit de US\$297 millones y la producción cayó en un 26%. La pandemia, efectivamente, disminuyó la importación de prendas de vestir y de telas (Semana, sec Economía)

La intención de compra de los colombianos referente a prendas de vestir ha disminuido dramáticamente: el gasto de los hogares en moda solo representa el 2% y esto responde a la nueva dinámica social y económica que vive el mundo. (Semana, sec Economía)

Una prenda de vestir hoy no es una prioridad en el gasto de los hogares colombianos, pese a que en el primer mes de la pandemia se observó que el consumo de los hogares aumentó, pero fue en razón de alimentos y medicamentos. Así mismo, las intenciones de compra se vieron modificadas, ya que la vida social y laboral se han restringido por el confinamiento y el poder adquisitivo ha disminuido considerablemente. (Semana, sec. Economía)

## **1.1 Antecedente**

En el análisis de estudios similares al tema de los efectos económicos de una pandemia, eventos como tales no se han presentados con tal magnitud, el hallazgo encontrado de situaciones más recientes, de cierto orden, podría equiparar con la crisis económica del 2008. Para tal fin de manera simplificada y puntual, lo resume el informe de la Superintendencia de Sociedades, el cual se transcribe la ilustración:

“Para el año 2012, la industria manufacturera experimentó un decrecimiento del -0,7% con respecto al año 2011, siendo el sector textil uno de los subsectores más damnificados; representando el 1,17% del PIB Nacional y el 9,82% de la industria manufacturera. Preparación de hilaturas; tejedura de productos textiles presentó una variación negativa del -7,8%, Fabricación de otros productos textiles -3,2%, el subsector Fabricación de tejidos y prendas de vestir presentaron un crecimiento del 6,5%.

El sector presentó una de las crisis más difíciles en la historia durante 2008 y 2009 con variaciones negativas en su PIB, presentando una revaluación fuerte del peso colombiano frente a la divisa norteamericana; libre entrada de textiles y confecciones chinas a los Estados Unidos y la Unión Europea; crisis política entre Colombia y Venezuela acompañada de una crisis comercial de gran proporción y contrabando de textiles y prendas de vestir provenientes del Este Asiático en grandes dimensiones. En 2010 y 2011 el sector evidenció una recuperación importante; sin embargo, el subsector de preparación de hilaturas continúa siendo la excepción con una dinámica negativa y no sale aun de la crisis, así lo confirma su decrecimiento en 2012 del -7,82%.

La crisis provocada por el Covid-19 tiene un origen muy distinto a la que explotó en 2008 con la quiebra de Lehman Brothers, pero su final es una gran incertidumbre porque el mundo moderno no se había enfrentado nunca a una situación similar. En principio, la caída de la economía que ya está provocando el Covid-19 debería tener su fin cuando vuelva la actividad en una recuperación casi de resorte, en V, como dicen muchos analistas. Una situación muy diferente a la crisis de 2008, que necesitaba de años y años para absorber la burbuja de la deuda de las familias y las empresas, los productos financieros tóxicos y el gigantesco exceso de los precios inmobiliarios.

## **1.2 Pregunta de Investigación**

¿Cuáles son los efectos sociales, económicos y organizacionales causados por la pandemia Covid -19 y los retos que debe enfrentar las empresas pertenecientes clúster textil Prendas de vestir Bogotá?

¿Las empresas del clúster textil prendas de vestir contarán con planes de contingencia para enfrenar imprevistos?

,

## **1.3 Justificación**

La idea de realizar este trabajo tiene como iniciativa la permanente interacción profesional, laboral y académica del maestrante con parte de los diferentes actores que integran el Gremio Textil – Moda. En principio visionaba ser participe en la integración de equipo de trabajo del gremio para ver la posibilidad de aportar ideas de utilidad a partir de la experiencia de casi treinta años de gestión administrativa, financiera y comercial en una fábrica de textiles de Bogotá. Ahora que se da la oportunidad de plasmar un análisis puntual del Clúster ubicado en la región Bogotá – Cundinamarca, se dan las posibilidades de desarrollarlo académico y profesional conectado directamente con La Vicepresidencia de Competitividad de la Cámara de Comercio de Bogotá quienes hacen acompañamiento liderazgo institucional a la “Iniciativa del Clúster Textil – Moda Región

Bogotá - Cundinamarca que cuenta con más de 180 actores participantes, Cámara Colombiana de la Confección, Cámara sectorial de la Andi, Centro Manufacturero en textiles y cueros del Sena, PTP sistema de Moda, Bancoldex, Innpulsa, Precolombina, Propaís, Universidad Jorge Tadeo Lozano, entre otros

#### **1.4 Objetivo General**

Conocer y evaluar los efectos socio económico y organizacional derivados de la pandemia covid19 en el clúster textil prendas de vestir Bogotá.

##### ***1.4.1 objetivo específico***

Analizar los efectos de la pandemia covid19 en la estructura de las organizaciones pertenecientes al clúster prendas de vestir Bogotá localidad Puente Aranda.

Diagnosticar y evaluar los resultados de la identificación de necesidades de tipo organizacional de las empresas del clúster prendas de vestir localidad de Puente Aranda, producto de un efecto pandemia covid19.

## 2. MARCO TEORICO

### 2.1 Aspectos preliminares

#### 2.1.1. *Competitividad*

La palabra competitividad es un sustantivo, femenino singular que etimológicamente proviene del latín, adjetivo competitivo el cual deriva del sustantivo competencia la que se concibe cómo la cualidad relativa a la lucha por conseguir un premio. Está formada por raíces latinas. Sus componentes léxicos son prefijo, con- (junto, completo), petere (dirigirse a, buscar, atacar, pedir), tivus- sufijo de relación activa o pasiva), más el sufijo – dad (cualidad). (Con-petere-tivus-dad) (Coromines, 1997)

Hacer referencia al termino competitividad es entrar en la conceptualización más relevante de los teóricos que han surgido a través de la historia como es de referencia a los economistas Adam Smith, con su obra “La naturaleza y causa de la Riqueza de las Naciones”; David Ricardo, con su obra “Principios de Economía Política”; Alfred Marshall de su obra “Principios de Economía”; Michael E Porter con sus obras “Ventaja Competitiva” y “Estrategia Competitiva”, entre otros. Para efectos de contextualización se hará referencia a los autores señalados como referentes notables.

El termino competitividad en su concepción se remonta desde el mercantilismo que asociaba a la competencia entre naciones con la posibilidad que un país tuviera ventajas en aspectos agrícolas, mayor territorio, mayor población para trabajar. Como en el siglo XVIII surge de los inicios de las estructuraciones teóricas desde Adam Smith 1776 con su obra “la Naturaleza y causa de la Riqueza de las Naciones” en su concepción de mercado, lo relativo a productividad, involucrando la mano de obra especializada, el tamaño de la población que involucra en el proceso productivo (Cabrera y López, 2011). Según David Ricardo 1817 desarrolla el concepto de ventaja comparativa donde se resalta la diferencia de los países en termino de producción y los factores que intervienen

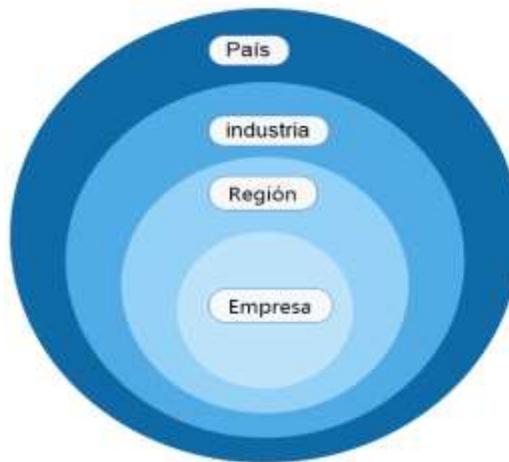
en ella, las naciones deben especializarse y exportar de lo mejor que saben hacer y especializarse en ello. (Buendía, 2013)

Referente a Alfred Marshall, economista británico fundador de la escuela neoclásica, hace una contribución a la ubicación y concentración de ciertas industrias especializadas en los diferentes procesos productivos. Este aporte es retomado a fines de la década de los 60 por economistas italianos quienes perciben que, a raíz de la decadencia de grandes empresas, prosperan aglomeraciones de pequeñas empresas que pueden competir a niveles parecidos a grandes empresas que les compiten. (Bao y Blanco 2014). El diccionario Oxford de Economía define el término de competitividad como “la capacidad de competir en los mercados de bienes o servicios”. Esta concepción es relativa, es necesario definirla desde políticas gubernamentales hasta niveles organizacionales del punto de vista microeconómico. Para esto se analiza desde diferentes enfoques de referencia, Estudios enfocados en el desempeño de la economía nacional, enfoque en la formulación de políticas industriales y estudios enfocados en empresas individuales (Abdel, 2005).

Para darle mayor amplitud al sentido de la palabra competitividad se requiere la visualización y comprensión desde diferentes niveles, Como puede apreciarse en la Figura 1. de los que se pueden describir desde nivel país, nivel industrial, nivel regional y nivel empresarial (Abdel,2005) los cuales se pueden representar en niveles concéntricos de competitividad

## Figura 1.

*Niveles concéntricos de la competitividad*



**Nota.** La figura representa los niveles jerarquizados de competitividad en forma de anillos que representan la influencia de las condiciones que imperan en la industria y la región determinadas por condiciones nacionales. Tomado de : David Romo y Guillermo Musc, Sobre el concepto de competitividad: 2004 [http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto\\_competitividad.pdf](http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto_competitividad.pdf)

Se aprecia en la figura 1, Niveles concéntricos de la competitividad, desde la perspectiva micro (la empresa), meso (la industria y la región) y macro (el país). Aquí se consigue encontrar que las variables externas de meso y macro afectan de forma directa a las empresas, de tal manera que la industria y las regiones al igual se ven afectadas por las variables da nivel macro (Abdel, 2005).

Para Michael Porter, su aporte en su obra “Ventaja Competitiva de las Naciones” concluye que un país (macro) logra ser competitivo cuando genera las adecuadas condiciones para el empleo eficiente de los factores productivos de tal manera que el beneficio sea para la población elevando su nivel de vida (Abdel, 2005, p 6).

Se encuentra otro aporte a la comprensión de la competitividad entendiéndola como la capacidad que tienen las organizaciones de carácter públicas, privadas, con o sin ánimo

de lucro para sostener y fortalecer la diferenciación que le permita mejorar y consolidar su posición ante su entorno socioeconómico y sus competidores, procurando eficiencia y eficacia a sus recursos (Mathews, 2009 p.13).

En esta misma línea para la comprensión del fundamento de la competitividad, en la revista CEPAL en el artículo “La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo”, se aporta en la que las autoridades políticas y económicas son un eje ponderante en países emergentes, al mantener un ambiente macroeconómico favorable en educación, salud, infraestructura contribuyen al desarrollo económico y social como consecuencia del alcance de niveles competitivos. (Madeiros et al., 2019 p. 7 – 27).

De la literatura que aquí se referencia no se ha presentado consenso respecto a las definiciones, aunque el termino competitividad permanentemente es empleado en los temas políticos, académicos y empresariales, para referirse al desempeño de una organización, una industria, una región o un país frente a la economía internacional. Ante esta apreciación se realizó una exploración de algunas definiciones de competitividad (Otero et al., 2006., 10 – 11).

**Figura 2.**

*Definiciones de Competitividad*

<b>La competitividad es:</b>	<b>Autor/es</b>
La aptitud para vender aquello que es producido	Mathis y otros (1988)
Una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete mas atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es entonces el mercado	European Management Fórum (1980)
La capacidad de una empresa o una industria de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo.	Haguenauer (1989)

Figura 2. (Continuación)

<b>La competitividad es:</b>	<b>Autor/es</b>
Tanto la eficiencia (alcanzar las metas al menor costo posible) como la efectividad (alcanzar los objetivos correctos). Es la elección de las metas a nivel industria la que es crucial. La competitividad incluye tanto los fines como los medios utilizados para alcanzar esos fines	Blukley y otros (1988)
La capacidad de un país (o un grupo de países) de enfrentar la competencia a nivel mundial incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como de su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de las importaciones.	Chesnais (1981)
La habilidad de un país de alcanzar, en forma sostenida, altas tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	World Economic Forum (1996)
La capacidad de un país de lograr objetivos fundamentales de la política económica, tales como el crecimiento en el ingreso y en el empleo, sin incurrir en dificultades en la balanza de pagos	Fagerberg (1988)
Desde una perspectiva de mediano y largo plazo, la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y por ende, la incorporación de progreso técnico .	Fajnzylber (1988)
La habilidad de las firmas, industrias, regiones, naciones o regiones supra-nacionales de generar altos niveles de empleo y de los ingreso de los factores, mientras este expuestas a la competencia internacional.	OCDE (1996)
Una consideración de un gran conjunto de indicadores, ninguno de los cuales cuenta la historia total, sino que juntos proveen un foco de atención altamente legítimos.	Cohen (1994)
La habilidad de un país de crear, producir, distribuir y/o servir productos en el comercio internacional al mismo tiempo que gana retornos mayores sobre sus recursos.	Scott y Lodge (1985)
La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto, se basa en la productividad.	Porter (1990)

*Nota.* Esta tabla describe las diferentes definiciones de competitividad por autores relevantes. Tomado: Ministerio de Economía, provincia de Buenos aires Argentina Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la Provincia de Buenos Aires. Cuadernos de Economía 74 pp 11 2006 <https://www.ec.gba.gov.ar/caeeb/cuadernos/cuaderno74.pdf>

Hacer referencia a la competitividad como la capacidad de un país y las organizaciones empresariales para generar valor y riqueza, haciendo que su población de una nación, región o empresa den como resultado bienestar para la población y para el inversionista empresario genere rentabilidad aumentando el valor de su organización. El éxito o fracaso está determinado por la competitividad de sus estructuras y su desempeño dependerá de la estrategia para su posicionamiento dentro de la industria a la cual se lleva a cabo la competencia. (Porter, 1982, p. 20)

Para que las empresas estructuren su competitividad necesitan fundamentar el atractivo en la industria que se desempeñan en el resultante de su rentabilidad. Este atractivo proviene del conocimiento que rige las reglas de la competencia, en las que según Porter están contenidas en cinco fuerzas en las que hace referencia a al ingreso del mercado más competidores, la amenaza de los productos o servicios sustitutos y el poder negociador de los proveedores y de los clientes.

La estrategia para mantenerse competitivo que generen tasas de rendimiento superiores a su costo de capital, están en la habilidad estratégica de combinar los cinco factores, los que influyen en los costos y la inversión que deban realizar los inversionistas

**Figura 3.**

*Elementos de la estructura de la industria*



**Nota.** La figura hace referencia a los elementos de la estructura de una industria que pueden determinar la competencia en ella modelo de cinco factores de Porter. Figura realizada de elaboración propia

De la figura 3 que ilustra los elementos determinantes de la estructura de una industria respecto a la competencia. Respecto a nuevos actores competidores que puede representar amenaza, las estrategias estarían en torno a la barrera de entrada con economías de escala, diferenciación de productos la identidad de marca estrategia de costos, consecución de capital para inversión con mejores ventajas, entre otros factores. Los determinantes de la amenaza de productos sustitutos en desempeño de estos respecto a su precio, estructura de costos y propensión de los consumidores a sustituir. Respecto a los consumidores, los determinantes del poder de estos es su apalancamiento de negociación y la sensibilidad del precio, calidad, desempeño, volumen. El último elemento de la estrategia competitiva es el poder negociador de los proveedores, determinados por diferenciación de insumos, variación de costos, insumos sustitutos, concentración de proveedores, entre otros no menos importante. Así, el éxito o fracaso estará en torno la optimización de las estrategias en el manejo de estos elementos en las que en las decisiones a largo plazo sean consideradas midiendo sus consecuencias.

### **2.1.2Clúster**

La palabra clúster es un término que no hace parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Es un sustantivo con tilde y plurales clústeres adaptado del anglicismo clúster el cual se recoge en el Diccionario del español actual, de Seco, Andrés y Ramos. La palabra procede del inglés medioeval clyster con el significado de grumo, montón, bloque. (Gabino Ramos, 1999)

Para el economista Alfred Marshall plantea aportes a la revolución industrial los beneficios de los conglomerados empresariales de una misma industria localizados cerca para repartir así actividades de un mismo proceso productivo con elevados volúmenes de producción , llevando de esta forma la división de trabajo con operaciones especializadas de varias compañías que se aglutinan en un espacio determinado que hacen parte de un fin mayor denominadas aglomeraciones o distritos industriales (Mathews, 2009)

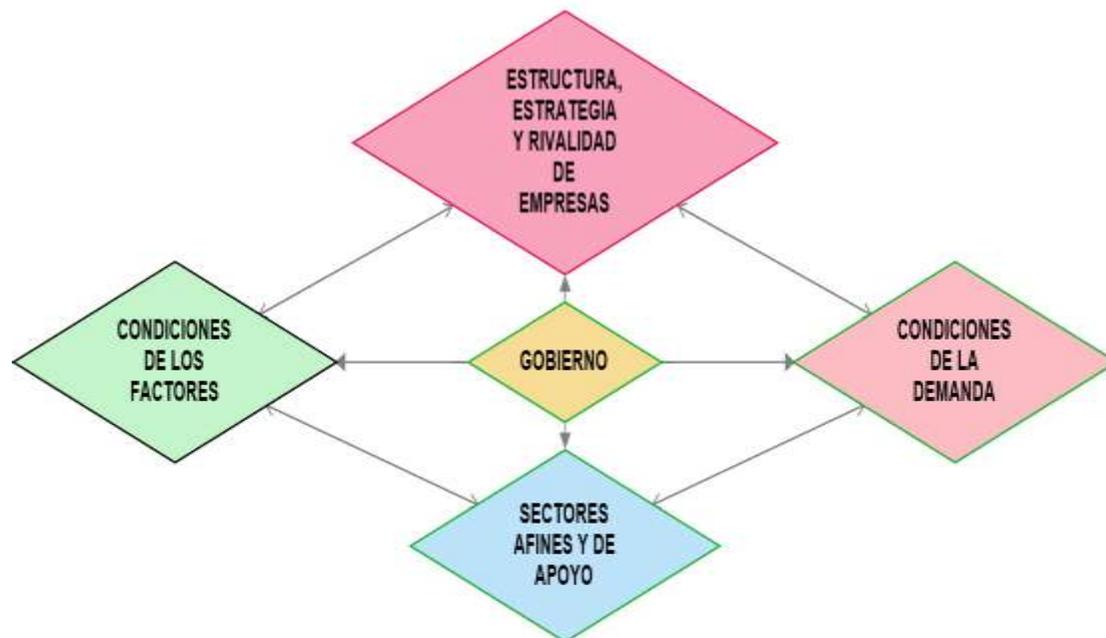
Al explorar la literatura disponible respecto a los conglomerados industriales se encuentran varias definiciones. El autor referente en este tema lo denomina clúster, término que rescata del aporte de Marshall, y lo define como “un grupo de empresas interconectadas e instituciones relacionadas en un determinado campo, que se encuentran próximos geográficamente y que están vinculadas a través de elementos comunes y complementarios” (Porter ,1998, p.34).

Un estudio realizado a diez naciones en un período de cuatro años, permitió establecer que las empresas logran ventajas competitivas mediante la inversión en innovación. De este resultado se desprende que la capacidad de una nación para innovar está afectada por características a. condiciones de los factores productivos de las empresas, b. condiciones de la demanda, c. estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, d. sectores afines y auxiliares, e. el gobierno y f. el azar. lo que busca la metodología de estos factores es el de identificar las causas del nivel de competitividad de las empresa

y países y en caso que no tengan ventajas será buscar soluciones que sean aplicables al desarrollo buscado.

**Figura 4.**

*Diamante de Porter*



**Nota.** La figura representa el diamante de Porter, Ventaja competitiva de las naciones los factores que afectan la competitividad de las empresas.

La figura 4 trata de un esquema en el cual relaciona los indicadores a nivel micro que influyen decisivamente para que un país, una región, una comunidad o una empresa sean competitivos. Se aprecia que es un sistema interconectado del que cada actor es interdependiente y la acción de uno afecta positiva o negativamente a los demás factores.

El primer determinante son las condiciones de la demanda interior influye sobre la ventaja competitiva del que se produce por las condiciones del comprador local. Estas condiciones son percibidas por las empresas que interpretan y dan respuestas a las necesidades del consumidor. Se consiguen ventajas competitivas en la medida que los

países donde los compradores brindan información clara y oportuna de sus necesidades de la que pueden tener sus rivales extranjeros. De igual manera los compradores son pieza fundamental en la consecución de ventajas si estos presionan a las empresas locales hacia la innovación rápida y oportuna de tal manera que aventajen a sus competidores extranjeros.

El segundo determinante son los sectores afines y de apoyo representa los proveedores e industrias relacionadas dentro de una región. Proveedores competitivos que apoyen la innovación e internacionalización. Las organizaciones conexas relacionada o de soporte son de igual forma importantes produciendo productos complementarios.

El tercer determinante son las condiciones de los factores de producción la infraestructura, recursos humanos, materiales el conocimiento, de los que son relevantes para para la competitividad e industrias particulares. La calidad, investigación y desarrollo, mercado de dinero y de capitales, los recursos naturales, el clima al igual son determinantes para generar una posición competitiva.

El cuarto determinante de la ventaja competitiva es la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa representan del entorno que nacen, se organizan y gestiona las empresas. Las condiciones son únicas representativas del país que se establecen por eso sus metas, estrategias y sus organización y líderes de cada uno de los sectores varían de una nación a otra. Las condiciones de intensidad en la rivalidad interna de las empresas, esto las presiona a generar competencia con mayor agresividad, innovación, y adaptación a las nuevas condiciones que genera la competencia interna y externa.

El quinto factor determinante es el gobierno quien participa en rol para crear las condiciones legales e incentivos para el desarrollo de las industrias a nivel nacional, regional, creando las condiciones de apoyo financiero, infraestructura pública, educación, salud, seguridad. (Porter 2009, p.35)

Este panorama de la competitividad y los clústeres cambia responsabilidades en el desarrollo económico donde el modelo antiguo el gobierno impulsa el desarrollo económico a través de decisiones de política e incentivos. El nuevo modelo, el desarrollo económico es un proceso colaborativo que involucra al gobierno en diferentes niveles, compañías, instituciones de enseñanza e investigación al igual que instituciones para la colaboración. (Vallejo, 2016, p.3)

En este nuevo modelo que están geográficamente concentrados y se relacionan entre sí, el clúster lo componen los actores empresas, gobierno, instituciones para la colaboración, instituciones financieras, comunidad científica. Para el desarrollo de las iniciativas se emprenden una serie de actividades de los colaboradores que se describe en este nuevo modelo, cuyo objeto es la mejoras en la competitividad de una región geográfica determinada respecto a las estrategias y las operaciones de las empresas, generar ambientes de negocios y el fortalecimiento de redes que se traduzcan en bienestar al clúster (Vallejo, 2016, 15, p. 21)

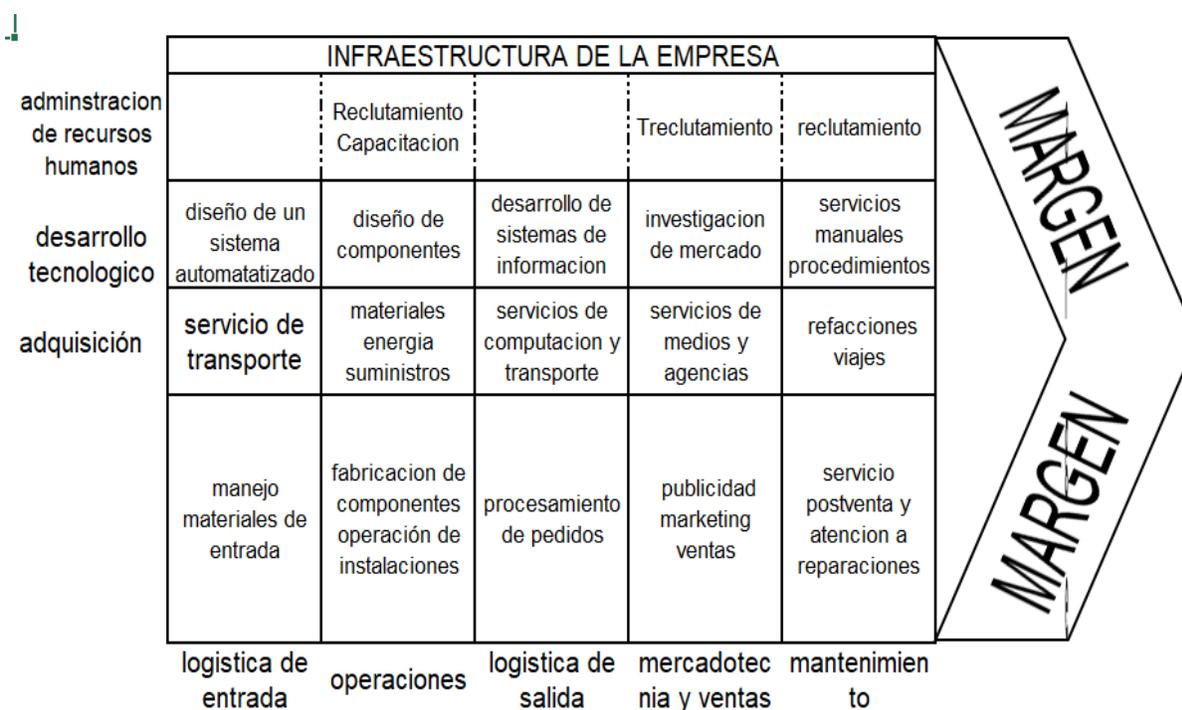
Un clúster logra generar impacto en el desarrollo regional incentiva el diálogo entre los actores, articula relaciones entre instituciones educativas y directivos empresariales, conexión, infraestructura, entre otros. Esto genera prosperidad, creando valor compartido que mejoran las condiciones, sociales, ambientales y económicas (vallejo, 2016, p.23).

### ***2.1.3 las cadenas de valor***

La cadena de valor empresarial es un modelo teórico expuesto por Porter en su obra Ventaja Competitiva (Porter, 2009, p.33) en el que permite describir las actividades detalladas primaria y de soporte en el desarrollo de actividades de una organización, generando valor en el producto final.

**Figura 5.**

*Cadena de valor*



**Nota.** La figura representa los eslabones que componen la cadena de valor en el desarrollo de actividades organizacionales de una empresa. Fuente: libro Ventaja Competitiva de Porter 2009 La figura es de elaboración propia con base en la Ventaja Competitiva de Porter.

Este modelo permite analizar todas las actividades que se realizan y su manera de interactuar para encontrar las fuentes de la ventaja competitiva de la organización. La figura 5 muestra la integración del flujo de actividades con el fin de diseñar, fabricar, comercializar, vender, entregar y hacer apoyo de producto y de estas el margen, resultado de descontar los costos en su proceso.

Estas actividades se subdividen en operaciones primarias, que aparecen en la parte inferior de la figura, que se refiere a toda acción que genera procesos de producción y creación física del bien o servicio, su venta y servicio al cliente. Las segundas son las operaciones de apoyo las cuales están relacionadas con la tecnología y los recursos humanos. A su vez esta cadena forma parte de una integración mayor de procesos el

cual está inmerso en un sistema de valor que incluye la cadena de valor de los proveedores, distribuidores y el cliente final.

Si de esta idea de sistema de valor se puede desarrollar vínculos entre empresas de la industria para reforzar la competitividad de las empresas con organizaciones de apoyo de investigación, de gobierno, lleva a la creación de agrupaciones denominadas clúster o trabajo en redes de cooperación.

## **2.2 Redes de Cooperación**

En esta sección del trabajo se describen, de modo general, cómo se encuentran integrados los clústeres desde los aspectos internacionales hasta los nacionales.

### **2.2.1 A nivel internacional. TCI Network**

Es la red internacional de la forma jurídica de la red de clúster sin ánimo de lucro fundada el 1 de enero de 1998 líder de persona y organizaciones en clúster y ecosistemas de innovación en todo el mundo. Esta red incluye redes empresariales, regiones y comunidades de clúster, agencias de desarrollo, departamentos y ministerios gubernamentales, organizaciones multilaterales, instituciones académicas y empresas privadas.

Está integrada por 500 miembros activos, 78 organizaciones, 900 practicantes y 111 países. El núcleo de TCI Network es el intercambio de experiencias, la evaluación comparativa de iniciativas, la identificación de características claves de políticas exitosas y la capacidad de identificar la mejor experiencia en toda la red. Los servicios que ofrece de conocimiento, red y colaboración, visibilidad internacional.

Por Colombia participa en la red TCI Network las Cámaras de comercio de Bogotá, Barranquilla y Cali, La Comunidad Clúster Medellín - Antioquia, Universidad Alexander Von Humboldt, Confecamaras. (TCI Network)

Foro Económico Mundial (WEF): es una organización sin ánimo de lucro que promueve debates públicos sobre asuntos globales, nace en 1971 por iniciativa del Economista Klaus Schwab. En 1987 recibe su nombre actual. Las sesiones se llevan a cabo en Davos Suiza y en cada sesión que se realiza anualmente reúne 3.000 participantes líderes políticos, empresarios y referentes culturales, entre otros que influyen cambios en las dinámicas globales.

Para el Foro, la competitividad “es el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (World Economic Forum., 2020). La competitividad de los países la mide en 12 pilares de los que están subdivididos en cuatro bases, entorno habilitante, capital humano, mercados y ecosistema de innovación.

El índice global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial (FEM) mide la capacidad que tiene un país de generar oportunidades de desarrollo económico a los ciudadanos. Este se mide los factores que impulsan la productividad y proporcionan condiciones para el progreso social y la agenda de desarrollo sostenible (World Economic Forum., 2020). Banco Mundial: esta institución aportó en febrero 09 de 2009 la “Guía Práctica para el desarrollo de las iniciativas de Clúster.” TCI Network Preparada por Miembros del concejo TCI con revisión de Institute For Strategy and Competitiveness de la Harvard Business School, este instituto en ese momento era dirigido por Michael Porter, En el, cubre en forma integral dos grandes procesos; proceso analítico que presenta herramientas técnicas y el proceso humano en el que se suscriben los diferentes pasos a seguir. El documento está estructurado en cuatro partes:

Primera, presentación del enfoque basado en clúster para mejorar la competitividad.  
Segunda, diez herramientas básicas para una iniciativa de clúster.

Tercera, etapas claves involucradas en el análisis del clúster, involucramiento de los actores principales de la implementación de las iniciativas de clústeres estratégicas y  
Cuarta, implicaciones para una política pública basada en clústeres.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE): es una organización internacional cuya misión es diseñar mejores políticas para una vida mejor y promueve políticas que favorezcan la prosperidad, la igualdad, las oportunidades y el bienestar para todas las personas. Está conformada por 38 países, entre ellos Colombia, la OCDE es un foro único, un centro de conocimientos para la recopilación de datos y el análisis, el intercambio de experiencias y buenas prácticas, entre ellos el mejoramiento del desempeño económico, la creación de empleo al fomento de una educación eficaz y la lucha contra la evasión fiscal internacional.

Banco Interamericano de Desarrollo: En general es una organización financiera internacional que ofrece soluciones financieras flexibles a sus 48 países miembros para financiar el desarrollo económico y social a través de préstamos y donaciones a entidades públicas y privadas en América Latina y El Caribe.

Dentro de sus políticas está el Convenio de cooperación técnica reembolsable suscrito desde 2004 entre el BID y la Facultad de Administración de los Andes en el desarrollo de apoyo empresarial que promueve sectores con el objetivo de promover redes empresariales a través de nueve clúster (Portafolio, 2022)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): la CEPAL es una comisión regional de las Naciones Unidas fundada en 1948 con el objetivo de contribuir al desarrollo económico de América Latina y El Caribe.

Dentro de una de las áreas de trabajo, entre otros, está el “Desarrollo Productivo empresarial que genera y difunde análisis y propuestas de políticas sobre la estructura y dinámica de los sistemas de producción e innovación a nivel microeconómico y ambientales. Evalúa y genera propuestas de políticas públicas para el cambio de la estructura productiva de los sectores industrial y de servicio, promoviendo el intercambio de experiencias; presta asistencia técnica y apoya el desarrollo de capacidades de

actores económicos relevantes en la región”(Comisión Económica para América Latina y el Caribe, s.f.) .

Red Latinoamericana de Clústeres (RedLAC): es un organismo virtual, miembro de TIC Network interesados en el desarrollo económico regional a través de los clústeres que fomenta el intercambio de experiencias, buenas prácticas y lecciones aprendidas en los procesos clúster; impulsar procesos que mejoran la competitividad y la capacidad de innovación en las diversas regiones. Entre otras no menos importantes.

### ***2.2.2 nivel Colombia***

El propósito de esta es el de establecer una visión general de cómo está estructurado los planes, políticas y la organización del Sistema Nacional de Competitividad

### ***2.2.3 Cronología de competitividad***

Tomado de un estudio de Fedesarrollo, (diciembre 2013) , Desde el período 1990 – 1994 El gobierno del presidente Cesar Gaviria a través de Instituto de Fomento Industrial contrata siete estudios sobre la competitividad sectorial para los sectores petroquímica, flores, marroquinería, textiles, jugos de frutas, industria gráfica y metalmecánica (Castro Felipe, 2013).

Bajo este gobierno se crearon el Ministerio de Desarrollo, estudios monitor Nacional, Ley de ciencia y tecnología, Proexport y Bancoldex, Restructuración del Sena Estudios Monitor Regional y Zonas Francas.

Para el período 1994 – 1998, En el Gobierno de Ernesto Samper, La estrategia integral de competitividad. Se crean consejos mixtos con participación público y privado, con retos transversales como management, la productividad y la calidad, la tecnología, los recursos humanos, la infraestructura y los marcos legales con acuerdos sectoriales de

competitividad (ASC) con el apoyo a once (11) cadenas sectoriales. El eje central del esquema fue el Consejo Nacional de Competitividad.

En este periodo se desarrollaron la primera Estrategia Nacional de Competitividad, Directiva Presidencial Para Consejo Nacional de Competitividad, Sistema Nacional de innovación, Reestructuración del IFI, Consejo de Sabios, Política de ciencia y Tecnología, nueve (9) acuerdos de competitividad con las cadenas productivas, Incentivos discrecionales.

Para el Período 1998 – 2002 con el gobierno de Andrés Pastrana en el que el rol sobresaliente el plan estratégico exportador con la estrategia para el desarrollo del sector productivo y se crea la Red Nacional Compite.

En este periodo se crea La Política Nacional de Productividad y Competitividad, Red Colombiana Compite, cola políticas transversales, regionales y sectoriales, treinta y dos (32) Comités Publico Privados Regionales (CARCES) y cuarenta y un (41) cadenas productivas, Jóvenes Emprendedores Exportadores y Marco Jurídico para las Pymes.

Para el período 2002 – 2006 Gobierno Álvaro Uribe se enmarca la política de los negocios TLC con Estados Unidos, para enfrentar este reto y enfrentar las exigencias del mercado se desarrolla el proyecto CONPES 3297 de 2004, la formulación de la ley de Cadenas Agropecuarias con las que se articulan propuestas competitivas.

En este periodo se las políticas de competitividad se crean el Sistema y Comisión Nacional de Competitividad, Consejo Privado de Competitividad, Optimización de los instrumentos de Desarrollo Empresarial, Alta Consejería para la Competitividad.

Período 2006 – 2010 Gobierno de Álvaro Uribe, el plan de productividad fue la formulación del Plan Nacional de Competitividad con cinco pilares: Desarrollo de clústeres de clase mundial, salto en productividad, formalización empresarial, fomento e innovación y estrategias transversales de promoción de competencia e inversión. Para

dar continuidad de los esfuerzos de iniciativas se crea Consejo Privado de Competitividad constituido por más de 30 empresa nacionales y multinacionales, la ANDI, la SAC, Confecámaras y cuatro universidades.

Para el Período 2010 – 2014 Gobierno de Juan Manuel Santos, se propuso de desarrollo empresarial. La política de competitividad se basó en el programa “Locomotoras” en infraestructura, vivienda, minería, agro e innovación.

En este período las políticas en competitividad se desarrollan en Nuevos Incentivos para el Sistema Nacional de Competitividad, se crea Innpulsa que es la agencia de emprendimiento e innovación que junto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la financiación que permite generar desarrollo económico, equidad y oportunidades, Ampliación de los sectores PTP, Beneficios Arancelarios, Sectoriales, Alianza Del Pacífico, Regalías, Reestructuración *del SENA* (Castro Felipe, 2013, p.27).

#### **2.2.4 Política Clúster en Colombia**

En 1994, se realizan estudios para las ciudades Medellín, Bucaramanga, Cartagena y Cali de los que se realizaron énfasis en las ventajas regionales bajo la premisa ventaja comparativa de las que nace la iniciativa Antioqueña “Ciudad Clúster.” Y de la Cámara de Comercio de Medellín se gestan estudios del que se elaboran perfil productivo regional llamado “huella regional” en el que se identifican políticas las necesidades y propuestas de política para cada caso (Castro Felipe, 2013, p. 33).

En 2001 el Ministerio de Comercio Exterior contrata a la Universidad de los Andes para proponer el primer análisis de Clúster, de este se desprenda Del el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, y esta Universidad nace el convenio 2004 acordaron desarrollar un programa para establecer un mecanismo institucional público - privado con cobertura nacional de apoyo al desarrollo competitivo de conglomerados. (Rodriguez, 2012, xv)

De este trabajo dirigido al Programa de Apoyo a la competitividad de clúster, desarrollado durante más de seis años, catorce clústeres en diferentes sectores en diferentes sectores y regiones del país. (Rodríguez, 2012, p.19).

Desde el año 2012 con el decreto 1500 se organiza, articula y da direccionamiento de funcionamiento del Sistema Administrativo Nacional de Competitividad.

A partir de ese año, a través del Ministerio de Comercio e Industria y Turismo e INNpulsan dan la iniciativa al Programa Rutas Competitivas para que las empresas redefinan sus estrategias, identifiquen segmentos de negocios en los cuales lograr competir: Este programa desarrolla las iniciativas de intervención clúster bajo la metodología basada en la hoja de ruta. Para el logro del fortalecimiento de estas iniciativas están convenio de cooperación con el Consejo Privado de Competitividad para crear la Red Clúster Colombia y a partir del 2016 se pone en marcha el sistema de seguimiento, medición y evaluación (SSME) del que se permite evidenciar el grado de madurez de las iniciativas clúster usando indicadores. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINIT-)

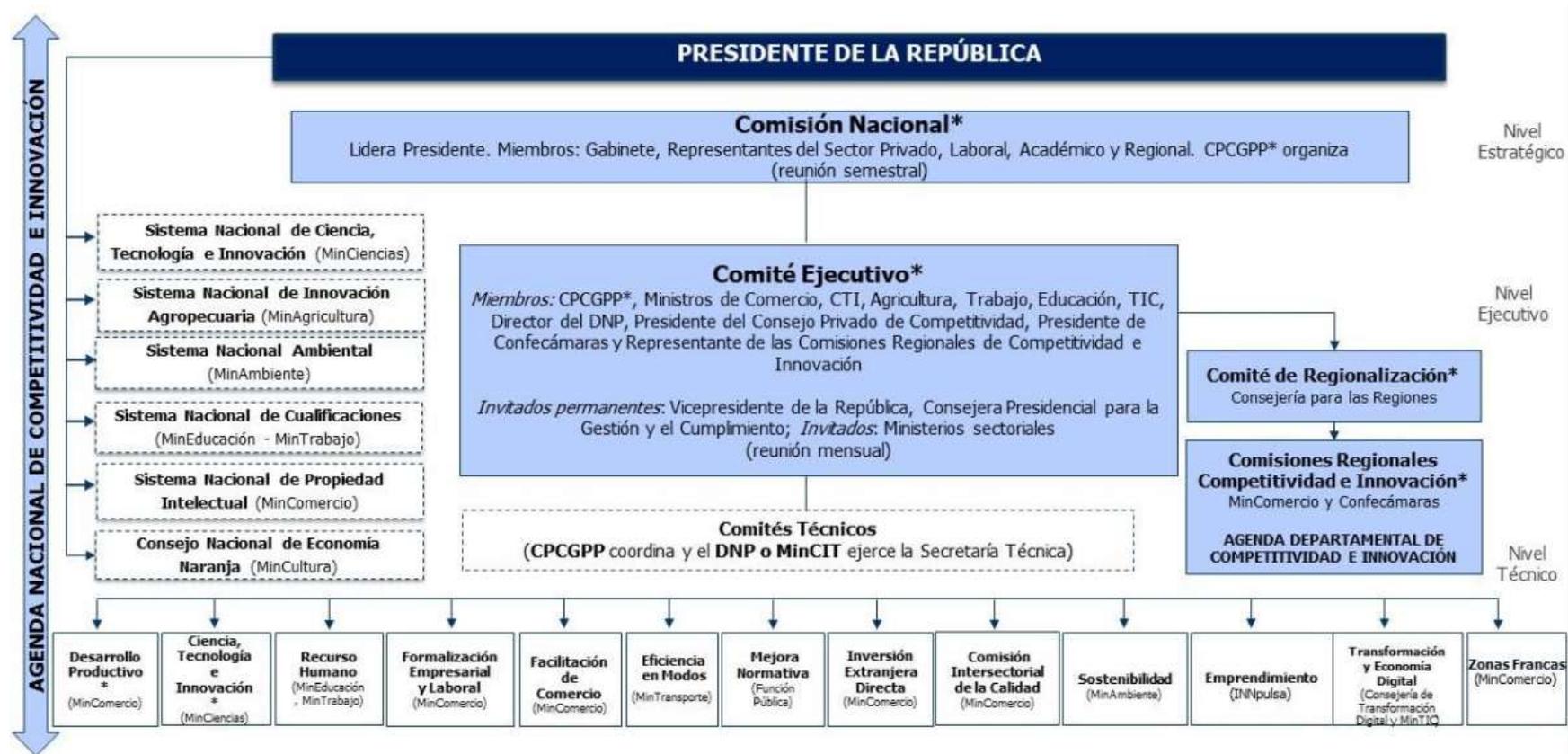
### ***2.2.5 Sistema Nacional de competitividad e Innovación***

Se describe, en un resumen, la organización y funcionamiento del Sistema Nacional De Competitividad e innovación (SNCI) a partir del documento publicado por la Consejería presidencial Para La Competitividad y la Gestión Público – Privada publicado en Colombia Competitivas con el objetivo de fortalecer la competitividad se emite la ley 1955 de 2019 del que se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022 el (SNCI) del cual se articulan: Sistema Nacional De Ciencia, Tecnología e innovación (SNCTI); el sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA); La Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual (CIPI); el Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN); el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y demás sistemas, órganos e instancias relacionadas con la competitividad, productividad e innovación con el que se coordina la elaboración, implementación y seguimiento de la agenda nacional de competitividad e innovación(Colombia competitiva, s.f.).\_

En la figura 6 se muestra la articulación del Sistema Nacional de Competitividad e innovación modulada a través de la Agenda Nacional de competitividad e Innovación diseñada en tres niveles: Primero, Nivel Estratégico gestionada por la Comisión Nacional liderada por Presidencia, Gabinete, Representantes del sector privado, laboral, académico y Regional; segundo, Nivel Ejecutivo el Comité Ejecutivo cuyos miembros son el Ministro de Comercio, CTI, Agricultura, Trabajo, Educación, TIC, Director del DNP, Presidente del Consejo Privado de Competitividad, Presidente de Confecámaras, y representantes de las Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación; Tercero nivel Técnico coordina la Consejería para la competitividad y gestión público Privada y el DNP o MInCIT, ejerce la secretaria técnica. El comité de regionalización será el encargado de la articulación y seguimiento con la Agenda Nacional de competitividad e Innovación.

Figura 6.

Sistema Nacional de Competitividad e Innovación



Nota. La figura representa el organigrama de la articulación de todo el Sistema Nacional de Competitividad. Fuente: Tomado de Consejojería presidencial Para La Competitividad y la Gestión Público – Privada. <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/Documents/Presentacion-SNCI-2021.pdf>.

### **2.2.6 Consejo Privado de Competitividad**

“El Consejo Privado De Competitividad hace parte del Comité Ejecutivo del Sistema nacional de Competitividad e Innovación y es una entidad sin ánimo de lucro fundada en 2006, su principal objetivo es contribuir, con una perspectiva de sector privado de largo plazo, a mejorar significativamente la competitividad y productividad del país mediante el diseño, la promoción y formulación de políticas en un marco de alianza público – privada que involucran al gobierno, empresas, universidades, gremios, y otras organizaciones de la sociedad y que buscan aumentar el nivel de riqueza y el bienestar de la población”(Red Latinoamericana de Clúster, s.f.)

El Consejo cuenta con 21 miembros de número: que son empresas privadas que comparten los objetivos del CPC y realizan donaciones anuales para su sostenimiento y 12 miembros asociados: que son personas jurídicas admitidas por períodos de dos años tiene la calidad de universidades reconocidas, gremios, firmas consultoras que operan en el territorio nacional. Entre estos miembros se encuentra Confecámaras.

### **2.2.7 Comisiones regionales de Competitividad e Innovación**

Son las instancias encargadas de la coordinación y articulación a nivel departamental y subregional que desarrollen actividades dirigidas a fortalecer la competitividad e innovación ver figura 5. y son espacios para la cooperación público – privadas y académicas a nivel departamental, orientada a la implementación de las agendas departamentales de competitividad e innovación Minicomercio y Confecámaras

### **2.2.8 Agendas Departamentales de Competitividad e Innovación**

Es el instrumento de planeación ver figura 5. del gobierno nacional para desarrollar de manera coordinada las políticas, programas y/o acciones prioritarias encaminadas al logro de la visión de competitividad de los territorios. Esta agenda depende de la Comisión regional de competitividad.

### **2.2.9 Red Clúster**

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo e Innpulsa Colombia, potencializan las iniciativas clúster en el año 2013 realizan el convenio de cooperación con el CPC Banco de Comercio Exterior Bancoldex e Innpulsa para crear la Red Clúster Colombia. Actualmente esta red está coordinada por Confecamaras y busca articular a los gestores de las iniciativas clúster del país y aquellos líderes vinculados al desarrollo y fortalecimiento del clúster con el propósito de intercambiar buenas prácticas con miras a la creación de sinergias que apalanquen el proceso de transformación productiva desde el nivel local.

Las iniciativas clúster son un mecanismo de articulación institucional que tiene como propósito promover el desarrollo económico de una región y el mejoramiento de la capacidad de las empresas para competir y cooperar, mediante la participación activa de los actores clúster. La red Clúster está integrada por 112 iniciativas registradas en la red Clúster Colombia, 12.684 empresas articuladas bajo las iniciativas clúster y 28 Cámaras de Comercio apoyan el desarrollo del clúster. Confecámaras, es la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, es una entidad sin ánimo de lucro que agremia y representa a las 57 entidades del sector que existen en Colombia.

### **2.2.10 Cámara de Comercio De Bogotá Vicepresidencia de Competitividad**

La Cámara de Comercio de Bogotá promueve espacios de concertación para formular y gestionar proyectos que mejoren el entorno de los negocios y la calidad de vida de los habitantes de Bogotá. Facilita la interacción entre los actores público privado para la identificación, formulación y gestión de proyectos e iniciativas que propicien un entorno favorable al desarrollo de la actividad productiva y los negocios de la ciudad y la región.

Figura 7.

Distribución de las iniciativas clúster en Bogotá



**Nota.** La figura representa lo distribución de las 16 iniciativas clúster que integran en la Cámara de Comercio Bogotá.  
<https://www.ccb.org.co/en/Clusters/Cluster-de-Turismo/Noticias/2017/Bogota-le-da-la-bienvenida-al-201-Congreso-Mundial-de-Clusters> [ ]

En la figura 7 se distribuyen las diez y seis iniciativas clúster, entre estas se ubica la iniciativa Prendas de Vestir, está integrada por actividades económicas relacionadas con textiles, confecciones, servicios para el sector, además de proveedores, comercializadores e instituciones de apoyo.

Las actividades que se enfoca el clúster es impulsar la actualización y mejora de los procesos, impulso a la productividad y eficiencia empresarial con el fortalecimiento humano identificación de nuevos canales y promover el comercio justo.

La cadena textil está compuesta por los eslabones de hilatura, tejeduría, acabados textiles, fabricación prendas de vestir industriales y decoración, comercio al por mayor y al por menor y servicios de lavandería de prendas de vestir.

### **3. METODOLOGÍA**

En esta etapa del desarrollo del proyecto se expone la metodología utilizada a través de la definición del método, enfoque, la población objeto de estudio, la conformación de la muestra, las fuentes de recolección, los instrumentos y las fases permitieron su construcción.

#### **3.1 Aspectos Preliminares**

La investigación del estudio de caso, Análisis sobre la competitividad del clúster textil prendas de vestir en Bogotá localidad Puente Aranda: Evidencia de los efectos de la pandemia Covid 19, es un instrumento de análisis y reflexión para la identificación, documentación y comprensión de lecciones aprendidas resultantes de los efectos de la pandemia en las organizaciones integrantes del Clúster de la cadena textil denominada Prendas de Vestir.

Para el logro del estudio se parte del marco legal e institucional de la competitividad en Colombia. Por otra parte, se contextualiza el desarrollo del clúster Prendas de vestir Bogotá Región sumado con estadísticas de la zona y por último hace referencia al estudio de las organizaciones del Clúster Prendas de Vestir de la localidad de Bogotá diez y seis (16) de Puente Aranda, el dato recolectado con la metodología descrita se presenta en el capítulo de resultados y conclusiones.

Para este caso, se recurren a los elementos basados en tipo instrumental y enfoque cuantitativo para que con el objetivo que los resultados lleguen a servir de apoyo a otros estudios que facilitara la identificación de aspectos a dar mayor profundidad (Hernández Sampieri et al., 2010, p, 52).

### 3.2 Población y Muestra

Identificada la población objetivo, la determinación del número de encuestas y visitas se estableció a partir del uso de la totalidad de organizaciones creadas, renovadas y no renovadas en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá a 31 de Diciembre del 2020, la localidad seleccionada asume las características del sector por su distribución del mercado como zona representativa y su mayor concentración de los eslabones de la cadena textil (ver Figura 8).

**Figura 8.**

*Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra para un universo finito*

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

N	total de la población
Za	parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)
p	probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
q	(1-p) = probabilidad que no ocurra el evento estudiado
d	error de estimación máximo aceptado
n	tamaño de la muestra buscado [ Mariela torres ]

Nota: la figura describe La metodología para el cálculo del tamaño de la muestra para un universo finito

### 3.3 Recolección de la información y análisis

El análisis formulado indujo a la búsqueda de datos de fuentes de tipo primario y fuentes de datos secundarios. Para la recolección de la información primaria se utilizaron 20 o 30 encuestas dirigidas a empresarios de las organizaciones pertenecientes al clúster de prenda de vestir de Puente Aranda donde se les consulto sobre talento humano, finanzas, transformación digital, mercadeo y logística.

El cuestionario se estructuró con preguntas cerradas con las opciones predefinidas con elecciones similares a una escala de Likert que permiten medir con precisión el acuerdo o desacuerdo a las preguntas realizadas (ver anexo 1).

Para recaudar la información primaria personalizada se utilizó la técnica estructurada de encuesta cuantitativa con información generalizada, permite resultados objetivos medibles y son representativos del universo de la población de la cual facilita llegar a una conclusión.

El tipo de muestra es estratificada del cual se conoce la distribución de los elementos de la población donde se garantizaron representantes de los estratos y grupos o eslabones del universo cadena textil en las proporciones establecidas.

Por otra parte, al igual de fundamental para el desarrollo de este análisis, se recurren a fuentes de datos secundarios de origen de organismos oficiales, los cuales se consideran básicos para estructurar este trabajo y que facilitan el análisis general del clúster textil prendas de vestir Bogotá.

Los recursos informáticos utilizados para la organización y análisis de la base de datos se apoyaron en Microsoft Power BI, Excel con macros y tablas dinámicas que facilitan el uso de volumen de información y proporcionar la estructuración de matrices de concentración y simplificación y gráficos de datos.

### **3.4 Población objeto de estudio**

Para determinar la población objeto de estudio, se usa el análisis de los datos de fuentes primarias, los que básicamente constituyen la estructura de los eslabones de la cadena textil y el fundamento y razón de ser del clúster prendas de vestir Bogotá – Región

Con base en los datos de la tabla 1, localidad de Puente Aranda distribución de barrios, El tamaño de muestra resultante para la decisión de aplicación de la encuesta se tomó para el barrio Gorgonzola.

**Tabla 1.***Localidad de Puente Aranda Distribución de empresas por barrio*

INICIATIVA CLUSTER TEXTIL PRENDAS DE VESTIR BOGOTA				
LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA				
DISTRIBUCION DE EMPRESAS POR BARRIO A DIC 2020				
BARRIO	NUMERO DE EMPRESAS	VALOR DE LOS ACTIVOS EN MILLONES DE PESOS	IMPORTANCIA No EMPRESAS	IMPORTANCIA POR VALOR ACTIVOS
ALCALA	5	\$ 4.256	0,23%	0,18%
AUTOPISTA SUR	241	\$ 282.815	11,33%	11,76%
BARCELONA	4	\$ 3.923	0,19%	0,16%
BATALLON CALDAS	1	\$ 2	0,05%	0,00%
BOCHICA	2	\$ 1.740	0,09%	0,07%
CENTRO INDUSTRIAL	125	\$ 141.279	5,87%	5,88%
COLON	4	\$ 3.619	0,19%	0,15%
COMUNERO	11	\$ 13.710	0,52%	0,57%
CUNDINAMARCA	16	\$ 12.867	0,75%	0,54%
EL EJIDO	31	\$ 34.461	1,46%	1,43%
EL TEJAR	4	\$ 3.650	0,19%	0,15%
ESTACION CENTRAL	63	\$ 70.841	2,96%	2,95%
GALAN	15	\$ 9.496	0,70%	0,39%
GORGONZOLA	56	\$ 64.510	2,63%	2,68%
INDUSTRIAL CENTENARIO	71	\$ 85.282	3,34%	3,55%
JORGE CORTES	3	\$ 3.184	0,14%	0,13%
LA ALQUERIA	281	\$ 312.898	13,20%	13,01%
LA ASUNCION	11	\$ 9.165	0,52%	0,38%
LA CAMELIA	1	\$ 297	0,05%	0,01%
LA FLORIDA OCC	3	\$ 2.416	0,14%	0,10%
LA PRADERA	71	\$ 78.312	3,34%	3,26%
LA TRINIDAD	11	\$ 9.511	0,52%	0,40%
LOS EJIDOS	155	\$ 173.998	7,28%	7,24%
MUZU	7	\$ 5.599	0,33%	0,23%
ORTEZAL	42	\$ 39.756	1,97%	1,65%
OSPINA PEREZ	2	\$ 2.680	0,09%	0,11%
PENSILVANIA	15	\$ 16.427	0,70%	0,68%
PRIMAVERA	25	\$ 28.583	1,17%	1,19%
PUENTEARANDA	22	\$ 13.642	1,03%	0,57%
REMANSO	3	\$ 2.753	0,14%	0,11%
SALAZAR GOMEZ	276	\$ 309.787	12,97%	12,88%
SAN EUSEBIO	372	\$ 455.011	17,48%	18,92%
SAN FRANCISCO	1	\$ 257	0,05%	0,01%

**Tabla 2. (Continuación)**

*Localidad de Puente Aranda Distribución de empresas por barrio*

INICIATIVA CLUSTER TEXTIL PRENDAS DE VESTIR BOGOTA				
LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA				
DISTRIBUCION DE EMPRESAS POR BARRIO A DIC 2020				
SAN GABRIEL	65	\$ 75.700	3,05%	3,15%
SAN RAFAEL	76	\$ 90.974	3,57%	3,78%
SANTA MATILDE	3	\$ 2.784	0,14%	0,12%
TIBANA	34	\$ 38.429	1,60%	1,60%
TOTAL	2.128	\$ 2.404.614	100%	100%

*Nota* La tabla muestra la distribución de los barrios de la localidad de Puente Aranda FUENTE: Cámara De Comercio Bogotá Vicepresidencia De Competitividad Tablero Estadístico Iniciativas Clúster De Bogotá Región. La figura y los cálculos son de elaboración propia

**Figura 9.**

*Tamaño de la muestra*

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

50 tamaño de muestra

N 57 total de la población

Za 1,96 parametro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)

p 50% probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q 0,500 (1-p) = probabilidad que no ocurra el evenyo estudiado

d 5% error de estimacion maximo aceptado

n tamaño de la muestra buscado

**Nota:** la figura muestra el procedimiento para el cálculo de la muestra de número de empresas para de la encuesta

Por tanto, el resultado de la aplicación de la fórmula da como resultante 50 el número de empresas y empresarios a encuestar.

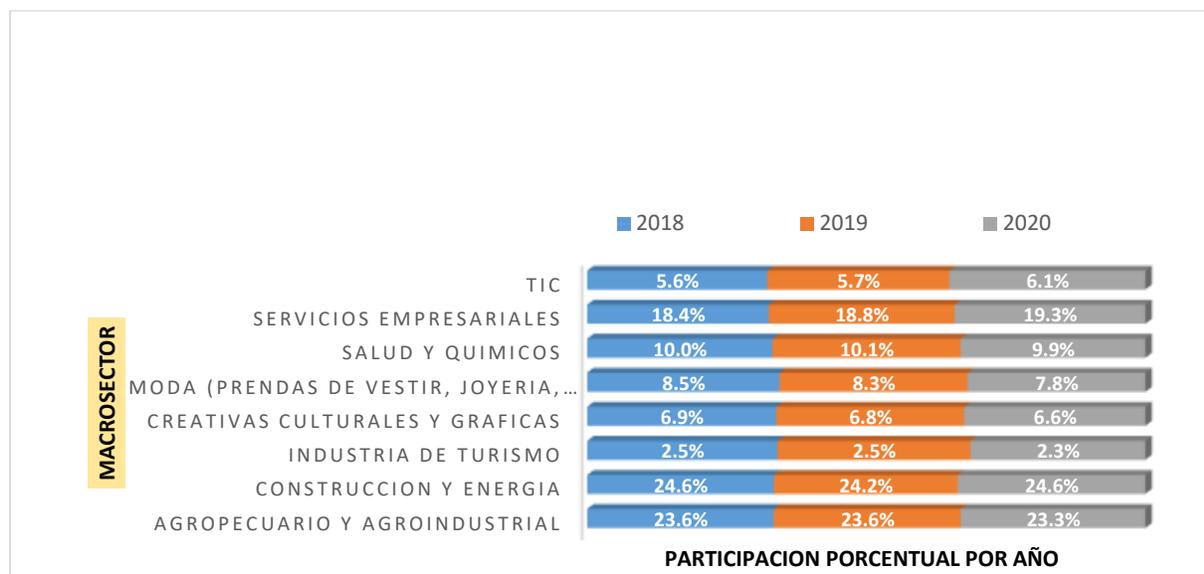
### **3.4.1 Número de empresas del macro sector moda respecto a los demás macro sectores**

Para comprender la repercusión de los efectos sociales y económicos de la pandemia Covid19 en empresas y su estabilidad para los empleos. A continuación, se presentan

de manera resumen estadísticos la situación del número de empresas de la iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá Región para los años 2018, 2019 y 2010

**Figura 10.**

*Iniciativas Clúster por macro sector clúster Bogotá- Región representación porcentual de empresas macro sector moda respecto al total por año 2018 - 2019 - 2020*



**Nota:** El grafico muestra la distribución porcentual de empresas por macro sector la figura elaboración propia. Fuente de datos tabla 2 La tabla y los cálculos son de elaboración propia

Analizando la figura 10 permite dar contextualización del Clúster Textil Prendas de vestir en Bogotá, es importante señalar del Macro sector Moda está compuesto por los Clúster Prendas de vestir, el clúster Marroquinera, joyería y bisutería para el año 2019 representaba el 8.5% del total de empresa para ese período; para el año 2020 representa el 8,3% con una leve disminución en su participación y para el año 2020 contribuye con el 7,6% teniendo un decrecimiento significativo. Los datos de la figura 11 se desprende de los datos contenidos en la Tabla 2.

**Tabla 3.**

Porcentaje de empresas por periodos 2018 – 2020 por clúster macro sector

TABLERO DE ESTADISTICAS POR EMPRESAS. INICITIVAS CLUSTER BOGOTA - REGION DE CUNDINAMARCA									
AÑOS 2018 - 2019 - 2020									
EMPRESAS									
PORCENTAJE DE EMRESAS POR PERIODO EN EN CADA MACROSECTOR	2018			2019			2020		
	BOGO TA	C/DINAM ARCA	TOT AL	BOGO TA	C/DINAM ARCA	TOT AL	BOGO TA	C/DINAM ARCA	TOT AL
MACROSECTOR									
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAL	21,8%	35,8%	23,6 %	21,9%	35,3%	23,6 %	21,3%	35,3%	23,3 %
CONSTRUCCION Y ENERGIA	25,0%	21,6%	24,6 %	24,6%	21,3%	24,2 %	25,2%	21,3%	24,6 %
INDUSTRIA DE TURISMO	2,4%	2,9%	2,5%	2,4%	3,1%	2,5%	2,2%	2,8%	2,3%
CREATIVAS CULTURALES Y GRAFICAS	7,2%	4,6%	6,9%	7,2%	4,5%	6,8%	6,9%	4,4%	6,6%
<b>MODA (PRENDAS DE VESTIR, JOYERIA, BISUTERIA, CUERO CALZADO MARROQUINERIA)</b>	8,7%	6,6%	8,5%	8,5%	6,5%	8,3%	8,0%	6,4%	7,8%
SALUD Y QUIMICOS	9,9%	10,5%	10,0 %	10,0%	10,6%	10,1 %	9,8%	10,6%	9,9%
SERVICIOS EMPRESARIALES	19,1%	14,0%	18,4 %	19,4%	14,7%	18,8 %	20,0%	15,0%	19,3 %
TIC	5,9%	4,1%	5,6%	6,0%	4,0%	5,7%	6,5%	4,2%	6,1%
	100%	100%	100 %	100%	100%	100 %	100%	100%	100 %

**Nota:** La tabla muestra la distribución porcentual de empresas por macro sector Clúster Fuente: Cámara de comercio Registro Mercantil base app 2018,2019, 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB El cuadro y los cálculos son elaboración propia .

**Figura 11.**

*Macrosectores iniciativa clúster Bogotá Región variación anual de número de empresas por macro sector*



**Nota:** La figura muestra la variación porcentual de número de empresas entre los años 2018 y 2020 con los efectos de pandemia. La elaboración de la figura es propia.

Con la figura 11 se observa el impacto negativo del fenómeno pandemia covid19 para todos los sectores el cierre de empresa fue notorio, en especial la industria de turismo del 19,2%, seguido del Macro sector Moda con una disminución de 15,6% equivalente a 5.763 empresas que cerraron sus puertas. Los datos de la figura 11 se desprende de los datos contenidos en la Tabla 3

**Tabla 4.**

Variación porcentual de empresas por periodo en cada sector económico

TABLERO DE ESTADISTICAS POR EMPRESAS. INICITIVAS CLUSTER BOGOTA - REGION DE CUNDINAMARCA									
AÑOS 2018 - 2019 - 2020									
EMPRESAS									
VARIACION PORCENTUAL DE EMPRESAS POR PERIODO EN CADA SECTOR ECONOMICO									
MACROSECTOR	2018 - 2019			2019 - 2020			2018 - 2020		
	BOGO TA	C/DINAMA RCA	TOT AL	BOGO TA	C/DINAMA RCA	TOT AL	BOGO TA	C/DINAMA RCA	TOT AL
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAL	4,4%	5,8%	4,7%	-14,2%	-2,6%	-12,0	-10,4%	3,1%	-7,9%
CONSTRUCCION Y ENERGIA	2,6%	5,7%	2,9%	-9,9%	-2,5%	-9,1%	-7,6%	3,0%	-6,4%
INDUSTRIA DE TURISMO	4,2%	16,3%	6,0%	-20,4%	-12,4%	-19,2	-17,0%	1,9%	-14,3
CREATIVAS CULTURALES Y GRAFICAS	3,9%	6,1%	4,1%	-15,2%	-4,1%	-14,2	-11,8%	1,7%	-10,7
<b>MODA (PRENDAS DE VESTIR, JOYERIA, BISUTERIA, CUERO CALZADO MARROQUINERIA)</b>	1,9%	4,4%	2,1%	-17,0%	-2,9%	-15,6%	-15,4%	1,4%	-13,8%
SALUD Y QUIMICOS	5,8%	8,2%	6,1%	-14,0%	-2,0%	-12,5	-9,0%	6,0%	-7,1%
SERVICIOS EMPRESARIALES	6,2%	12,5%	6,8%	-9,3%	-0,2%	-8,4%	-3,6%	12,2%	-2,1%
TIC	5,9%	3,7%	5,7%	-4,6%	2,3%	-4,0%	1,0%	6,1%	1,5%
	4,3%	7,1%	4,6%	-12,0%	-2,4%	-10,8%	-8,3%	4,6%	-6,7%

**Nota:** la tabla muestra la variación porcentual anual de empresas por macro sector iniciativa clúster fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en GEIH DANE 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia.

### **3.4.2 Número de empresas del Clúster textil Prendas de vestir Bogotá región**

Siguiendo la pauta del nivel macro para encontrar una visualización de la composición de los eslabones de la cadena textil, se observa en el Tabla 4 la distribución de las empresa por localidades de Bogotá y los municipios de Cundinamarca la que está integrada por industria, comercio y servicios; para la primera, industria, la integran hilatura, tejeduría y acabado textil, fabricación y confección de prendas de vestir y por último en este segmento esta la maquinaria para productos textiles; para el segundo segmento se encuentra comercio de insumos, textiles y prendas de vestir, finalizando se encuentra los servicio de lavado y limpieza textil

**Tabla 5.**

*Número de empresas Bogotá - región y eslabón de la cadena textil por localidad años 2018 - 2019 y 2020*

PRENDAS DE VESTIR																		
NUMERO DE EMPRESAS BOGOTA - REGION Y ESLABON DE LA CADENA TEXTIL POR LOCALIDAD AÑOS 2018 - 2019 Y 2020																		
LOCALIDADES BOGOTA	NUMERO DE EMPRESAS POR AÑO Y LOCALIDAD			FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR			COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR			HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL			LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES			MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
ANTONIO NARIÑO	758	1053	938	295	443	399	363	496	446	80	63	77	17	17	13	3	2	3
BARRIOS UNIDOS	828	793	702	314	294	270	332	316	266	114	47	112	68	70	54	0	0	0
BOSA	1.272	1266	1.043	562	554	460	565	572	468	80	44	68	65	59	47	0	0	0
CANDELARIA	336	383	323	68	91	64	241	259	235	22	21	17	5	7	0	0	0	0
CHAPINERO	1.000	1.031	814	305	339	269	584	577	459	61	36	43	50	56	42	0	0	1
CIUDAD BOLIVAR	943	993	821	412	427	360	411	438	353	73	46	71	47	49	36	0	1	1
ENGATIVA	2.102	2.085	1.709	784	757	630	873	876	702	256	130	225	183	192	150	3	4	2
FONTIBON	992	1.019	851	333	315	267	463	488	404	122	86	121	74	82	59	0	0	1
KENEDY	2.810	2.904	2.422	1.258	1.292	1.102	1.099	1.131	899	267	162	247	181	185	167	7	7	7
LOS MARTIRES	1.618	1606	1.308	348	337	284	1164	1156	925	83	50	73	22	26	26	1	1	0
PUENTE ARANDA	2.343	2373	2.128	979	1008	922	1000	1022	889	273	158	251	85	84	62	6	4	3
RAFAEL URIBE URIBE	980	1008	884	487	504	458	352	355	292	82	55	82	58	66	51	1	0	1
S/N	911	961	759	344	355	311	454	463	358	74	38	54	40	37	43		2	0
SANCRISTOBAL	704	754	670	358	367	326	257	284	264	63	43	50	25	34	29	1	1	1
SANTAFE	2.107	1943	1.616	730	641	514	1275	1220	1034	75	41	53	24	24	14	3	2	1
SUBA	2.195	2271	1.926	683	699	584	1051	1104	926	219	102	192	241	256	223	1	1	1
TEUSAQUILLO	690	624	565	215	221	194	347	313	263	56	27	50	72	69	57	0	1	1
TUNJUELITO	574	624	530	240	272	228	248	263	236	54	37	40	28	27	23	4	1	3

**Tabla 6. (Continuación)**

LOCALIDADES BOGOTA	NUMERO DE EMPRESAS POR POR AÑO Y LOCALIDAD			FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR			COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR			HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL			LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES			MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
USAQUEN	1469	1502	1230	396	406	349	818	832	668	125	61	110	130	135	103	0	0	0
USME	518	517	484	240	237	198	216	214	227	41	20	37	21	25	22	0	0	0
<b>MUNICIPIOS REGION CUNDINAMARCA</b>																		
CAJICA	161	172	161	37	50	51	90	89	78	20	9	16	14	15	14	0	0	0
CHIA	310	300	310	76	79	78	190	176	177	19	12	20	25	26	25	0	0	0
COTA	99	94	99	28	28	31	53	46	50	11	8	13	7	8	5	0	0	0
FUSAGASUGA	339	347	339	66	68	89	243	242	222	23	10	31	7	7	8	0	0	0
SIBATE	50	53	50	22	25	20	22	23	18	6	3	7	0	0	0	0	0	0
SOHACHA	868	954	868	377	398	342	351	382	344	89	63	99	51	59	51	1	1	0
SOPO	69	75	69	17	20	40	40	41	50	11	8	5	1	2	3	0	0	0
TABIO	55	56	55	13	13	32	34	34	32	5	3	4	2	2	2	0	1	1
TOCANCIPA	76	75	76	21	16	44	49	51	44	4	3	8	0	0	3	0	0	0
UBATE	102	91	102	11	10	13	80	74	115	7	2	5	4	4	3	0	0	0
ZIPAQUIRA	286	298	286	51	46	43	203	223	220	23	12	25	9	8	6	0	0	0
OTROS 47 MUNICIPIOS DE CUNDINAMARCA	432	465	512	74	89		313	330	377	33	26		14	14	12			
<b>TOTAL BOGOTA</b>	25.150	25.710	20.761	9.351	9.559	8.189	12.113	12.379	10.314	2.220	1.267	1.973	1.436	1.500	1.221	30	27	26
<b>TOTAL CUNDINAMARCA</b>	2.415	2.980	2.927	793	842	783	1.668	1.711	1.727	251	159	233	134	145	132	1	2	1
<b>TOTAL NUMERO DE EMPRESAS BOGOTA - REGION</b>	27.565	28.690	23.688	10.144	10.401	8.972	13.781	14.090	12.041	2.471	1.426	2.206	1.570	1.645	1.353	31	29	27

*Nota:* la tabla muestra la distribución de empresas por macro sector iniciativa clúster fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en GEIH DANE 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

La figura 13 muestra que para el fin del año del 2020 el número de empresas del Clúster Textil se distribuían según su tamaño la de tamaño

**Figura 12.**

*Número de empresas iniciativas Clúster prendas de vestir Bogotá Región de acuerdo a su tamaño*

TAMAÑO DE EMPRESAS		
AÑO 2020		
TIPO	NUMERO	PARTICIPACION
GRANDES	68	0,28%
MEDIANAS	315	1,28%
PEQUEÑAS	23.023	93,40%
MICRO	1.244	5,05%
TOTAL	24.650	100,00%

**Nota:** la figure muestra la distribución de empresas pertenecientes a la iniciativa clúster prendas de vestir por tamaño Fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en GEIH DANE 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

De la figura, se analiza que del 100% de las organizaciones equivalente a 24.650 empresas, el 93,4% corresponden al segmento de pequeñas empresas correspondiendo a 23.023 organizaciones.

Tabla 5

De la Tabla 5 correspondiente a este número de empresas del total del Clúster, el 87,6% están ubicadas en Bogotá y la diferencia el 12.4 % están distribuidas en los municipios de la región Cundinamarca.

**Tabla 7.**

Porcentaje de empresas Bogotá - región y eslabón de la cadena textil por localidad años 2018 - 2019 Y 2020

PRENDAS DE VESTIR																		
PORCENTAJE DE EMPRESAS BOGOTA - REGION Y ESLABON DE LA CADENA TEXTIL POR LOCALIDAD AÑOS 2018 - 2019 Y 2020																		
LOCALIDAD ES BOGOTA	NUMERO DE EMPRESAS POR POR AÑO Y LOCALIDAD			FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR			COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR			HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL			LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES			MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
ANTONIO NARIÑO	2,7%	3,7%	4,0%	2,9%	4,3%	4,4%	2,6%	3,5%	3,7%	3,2%	4,4%	3,5%	1,1%	1,0%	1,0%	9,7%	6,9%	11,1%
BARRIOS UNIDOS	3,0%	2,8%	3,0%	3,1%	2,8%	3,0%	2,4%	2,2%	2,2%	4,6%	3,3%	5,1%	4,3%	4,3%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%
BOSA	4,6%	4,4%	4,4%	5,5%	5,3%	5,1%	4,1%	4,1%	3,9%	3,2%	3,1%	3,1%	4,1%	3,6%	3,5%	0,0%	0,0%	0,0%
CANDELARIA	1,2%	1,3%	1,4%	0,7%	0,9%	0,7%	1,7%	1,8%	2,0%	0,9%	1,5%	0,8%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CHAPINERO	3,6%	3,6%	3,4%	3,0%	3,3%	3,0%	4,2%	4,1%	3,8%	2,5%	2,5%	1,9%	3,2%	3,4%	3,1%	0,0%	0,0%	3,7%
CIUDAD BOLIVAR	3,4%	3,5%	3,5%	4,1%	4,1%	4,0%	3,0%	3,1%	2,9%	3,0%	3,2%	3,2%	3,0%	3,0%	2,7%	0,0%	3,4%	3,7%
ENGATIVA	7,6%	7,3%	7,2%	7,7%	7,3%	7,0%	6,3%	6,2%	5,8%	10,4%	9,1%	10,2%	11,7%	11,7%	11,1%	9,7%	13,8%	7,4%
FONTIBON	3,6%	3,6%	3,6%	3,3%	3,0%	3,0%	3,4%	3,5%	3,4%	4,9%	6,0%	5,5%	4,7%	5,0%	4,4%	0,0%	0,0%	3,7%
<b>KENEDY</b>	<b>10,2%</b>	<b>10,1%</b>	<b>10,2%</b>	<b>12,4%</b>	<b>12,4%</b>	<b>12,3%</b>	<b>8,0%</b>	<b>8,0%</b>	<b>7,5%</b>	<b>10,8%</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,2%</b>	<b>11,5%</b>	<b>11,2%</b>	<b>12,3%</b>	<b>22,6%</b>	<b>24,1%</b>	<b>25,9%</b>
LOS MARTIRES	5,9%	5,6%	5,5%	3,4%	3,2%	3,2%	8,4%	8,2%	7,7%	3,4%	3,5%	3,3%	1,4%	1,6%	1,9%	3,2%	3,4%	0,0%
PUENTE ARANDA	8,5%	8,3%	4,9%	9,7%	9,7%	10,3%	7,3%	7,3%	7,4%	11,0%	11,1%	11,4%	5,4%	5,1%	4,6%	19,4%	13,8%	11,1%

Tabla 8. (Continuación)

LOCALIDADES BOGOTÁ	NUMERO DE EMPRESAS POR AÑO Y LOCALIDAD			FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR			COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR			HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL			LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES			MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
RAFAEL URIBE	3,6%	3,5%	3,7%	4,8%	4,8%	5,1%	2,6%	2,5%	2,4%	3,3%	3,9%	3,7%	3,7%	4,0%	3,8%	3,2%	0,0%	3,7%
S/N	3,3%	3,3%	3,2%	3,4%	3,4%	3,5%	3,3%	3,3%	3,0%	3,0%	2,7%	2,4%	2,5%	2,2%	3,2%	0,0%	6,9%	0,0%
SANCRISTOBAL	2,6%	2,6%	2,8%	3,5%	3,5%	3,6%	1,9%	2,0%	2,2%	2,5%	3,0%	2,3%	1,6%	2,1%	2,1%	3,2%	3,4%	3,7%
SANTAFE	7,6%	6,8%	6,8%	7,2%	6,2%	5,7%	9,3%	8,7%	8,6%	3,0%	2,9%	2,4%	1,5%	1,5%	1,0%	9,7%	6,9%	3,7%
SUBA	8,0%	7,9%	8,1%	6,7%	6,7%	6,5%	7,6%	7,8%	7,7%	8,9%	7,2%	8,7%	15,4%	15,6%	16,5%	3,2%	3,4%	3,7%
TEUSAQUILLO	2,5%	2,2%	2,4%	2,1%	2,1%	2,2%	2,5%	2,2%	2,2%	2,3%	1,9%	2,3%	4,6%	4,2%	4,2%	0,0%	3,4%	3,7%
TUNJUELITO	2,1%	2,2%	2,2%	2,4%	2,6%	2,5%	1,8%	1,9%	2,0%	2,2%	2,6%	1,8%	1,8%	1,6%	1,7%	12,9%	3,4%	11,1%
USAQUEN	5,3%	5,2%	5,2%	3,9%	3,9%	3,9%	5,9%	5,9%	5,5%	5,1%	4,3%	5,0%	8,3%	8,2%	7,6%	0,0%	0,0%	0,0%
USME	1,9%	1,8%	2,0%	2,4%	2,3%	2,2%	1,6%	1,5%	1,9%	1,7%	1,4%	1,7%	1,3%	1,5%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>REGION</b>																		
CAJICA	0,6%	0,6%	0,7%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,8%	0,6%	0,7%	0,9%	0,9%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CHIA	1,1%	1,0%	1,3%	0,7%	0,8%	0,9%	1,4%	1,2%	1,5%	0,8%	0,8%	0,9%	1,6%	1,6%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%
COTA	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,6%	0,6%	0,4%	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
FUSAGASUGA	1,2%	1,2%	1,4%	0,7%	0,7%	1,0%	1,8%	1,7%	1,8%	0,9%	0,7%	1,4%	0,4%	0,4%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
SIBATE	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SOHACHA	3,1%	3,3%	3,7%	3,7%	3,8%	3,8%	2,5%	2,7%	2,9%	3,6%	4,4%	4,5%	3,2%	3,6%	3,8%	3,2%	3,4%	0,0%
SOPO	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,6%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
TABIO	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,4%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	3,4%	3,7%

Tabla 9. (Continuación)

LOCALIDADES BOGOTAS	NUMERO DE EMPRESAS POR AÑO Y LOCALIDAD			FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR			COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR			HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL			LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES			MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
TOCANCIPA	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,2%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
UBATE	0,4%	0,3%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%	0,6%	0,5%	1,0%	0,3%	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
ZIPACQUIRA	1,0%	1,0%	1,2%	0,5%	0,4%	0,5%	1,5%	1,6%	1,8%	0,9%	0,8%	1,1%	0,6%	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
OTROS 47 MUNICIPIOS DE CUNDINAMARA	1,6%	1,6%	2,2%	0,7%	0,9%	0,0%	2,3%	2,3%	3,1%	1,3%	1,8%	0,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>TOTAL BOGOTA</b>	91,2%	89,6%	87,6%	92,2%	91,9%	91,3%	87,9%	87,9%	85,7%	89,8%	88,8%	89,4%	91,5%	91,2%	90,2%	96,8%	93,1%	96,3%
<b>TOTAL CUNDINAMARA</b>	8,8%	10,4%	12,4%	7,8%	8,1%	8,7%	12,1%	12,1%	14,3%	10,2%	11,2%	10,6%	8,5%	8,8%	9,8%	3,2%	6,9%	3,7%
<b>TOTAL NUMERO DE EMPRESAS BOGOTA - REGION</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Nota:** la figure muestra la distribución porcentajes de empresas pertenecientes a la iniciativa clúster prendas de vestir por eslabón de la cadena textil Fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en GEIH DANE 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

Referente al número de empresas durante los periodos de análisis, se observa en el Tabla 6 para la cadena textil, en el periodo 2019 vs 2020 se cerraron el 14,1% de empresas donde los eslabones de fabricación de prendas de vestir cerraron el 13,7% el comercio de prendas de vestir, insumos y textiles disminuyo el 14,6%, el servicio de lavandería el impacto de cierre represento el 17,8% y por último, se presentó un comportamiento contrario en el segmento Hilatura, tejeduría y acabados con un crecimiento del 54,7% en el número de empresas.

**Tabla 10.**

Variación porcentual de empresas Bogotá - región y eslabón de la cadena textil por localidad periodos 2018 - 2019 Y 2020

PRENDAS DE VESTIR																			
				1			2			3			4			5			
	NUMERO DE EMPRESAS POR POR AÑO Y LOCALIDAD			FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR			COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR			HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL			LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES			MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR			
VARIACION PORCENTUAL DE EMPRESAS BOGOTA - REGION Y ESLABON DE LA CADENA TEXTIL POR LOCALIDAD PERIODOS 2018 - 2019 Y 2020	2018 - 2019	2019 - 2020	2018 - 2020	2018 - 2019	2019 - 2020	2018 - 2020	2018 - 2019	2019 - 2020	2018 - 2020	2018 - 2019	2019 - 2020	2018 - 2020	2018 - 2019	2019 - 2020	2018 - 2020	2018 - 2019	2019 - 2020	2018 - 2020	
LOCALIDADES BOGOTA																			
ANTONIO NARIÑO	38,9 %	10,9 %	23,7 %	50,2 %	-9,9%	35,3 %	36,6 %	10,1 %	22,9 %	21,3 %	22,2%	-3,8%	0,0%	-23,5%	-23,5%	-	33,3%	50,0%	0,0%
BARRIOS UNIDOS	-4,2%	11,5 %	15,2 %	-6,4%	-8,2%	14,0 %	-4,8%	15,8 %	19,9 %	58,8 %	138,3 %	-1,8%	2,9%	-22,9%	-20,6%				
BOSA	-0,5%	17,6 %	18,0 %	-1,4%	17,0 %	18,1 %	1,2%	18,2 %	17,2 %	45,0 %	54,5%	15,0 %	-9,2%	-20,3%	-27,7%				
CANDELARIA	14,0 %	15,7 %	-3,9%	33,8 %	29,7 %	-5,9%	7,5%	-9,3%	-2,5%	-4,5%	-19,0%	22,7 %	40,0 %	100,0 %	100,0 %				
CHAPINERO	3,1%	21,0 %	18,6 %	11,1 %	20,6 %	11,8 %	-1,2%	20,5 %	21,4 %	41,0 %	19,4%	29,5 %	12,0 %	-25,0%	-16,0%				
CIUDAD BOLIVAR	5,3%	17,3 %	12,9 %	3,6%	15,7 %	12,6 %	6,6%	19,4 %	14,1 %	37,0 %	54,3%	-2,7%	4,3%	-26,5%	-23,4%				

**Tabla 11. (Continuación)**

ENGATIVA	- 0,8%	18,0 %	18,7 %	-3,4%	16,8 %	19,6 %	0,3%	19,9 %	19,6 %	49,2 %	73,1%	12,1 %	4,9%	- 21,9%	- 18,0%	33,3%	-50,0%	-33,3%
FONTIBON	2,7%	16,5 %	14,2 %	-5,4%	15,2 %	19,8 %	5,4%	17,2 %	12,7 %	29,5 %	40,7%	-0,8%	10,8 %	- 28,0%	- 20,3%			
KENEDY	3,3%	16,6 %	13,8 %	2,7%	14,7 %	12,4 %	2,9%	20,5 %	18,2 %	39,3 %	52,5%	-7,5%	2,2%	-9,7%	-7,7%	0,0%	0,0%	0,0%
LOS MARTIRES	- 0,7%	18,6 %	19,2 %	-3,2%	15,7 %	18,4 %	-0,7%	20,0 %	20,5 %	39,8 %	46,0%	12,0 %	18,2 %	0,0%	18,2%	0,0%	100,0 %	100,0 %
PUENTE ARANDA	1,3%	50,9 %	50,2 %	3,0%	-8,5%	-5,8%	2,2%	13,0 %	11,1 %	42,1 %	58,9%	-8,1%	-1,2%	- 26,2%	- 27,1%	-33,3%	-25,0%	-50,0%
RAFAEL URIBE URIBE	2,9%	12,3 %	-9,8%	3,5%	-9,1%	-6,0%	0,9%	17,7 %	17,0 %	32,9 %	49,1%	0,0%	13,8 %	- 22,7%	- 12,1%	100,0 %		0,0%
S/N	5,5%	21,0 %	16,7 %	3,2%	12,4 %	-9,6%	2,0%	22,7 %	21,1 %	48,6 %	42,1%	27,0 %	-7,5%	16,2%	7,5%		100,0 %	
SANCRISTOBAL	7,1%	11,1 %	-4,8%	2,5%	11,2 %	-8,9%	10,5 %	-7,0%	2,7%	31,7 %	16,3%	20,6 %	36,0 %	- 14,7%	- 16,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SANTAFE	- 7,8%	16,8 %	23,3 %	12,2 %	19,8 %	29,6 %	-4,3%	15,2 %	18,9 %	45,3 %	29,3%	29,3 %	0,0%	- 41,7%	- 41,7%	-33,3%	-50,0%	-66,7%
SUBA	3,5%	15,2 %	12,3 %	2,3%	16,5 %	14,5 %	5,0%	16,1 %	11,9 %	53,4 %	88,2%	12,3 %	6,2%	- 12,9%	-7,5%	0,0%	0,0%	0,0%
TEUSAQUILLO	- 9,6%	-9,5%	18,1 %	2,8%	12,2 %	-9,8%	-9,8%	16,0 %	24,2 %	51,8 %	85,2%	10,7 %	-4,2%	- 17,4%	- 20,8%		0,0%	
TUNJUELITO	8,7%	15,1 %	-7,7%	13,3 %	16,2 %	-5,0%	6,0%	10,3 %	-4,8%	31,5 %	8,1%	25,9 %	-3,6%	- 14,8%	- 17,9%	-75,0%	200,0 %	-25,0%
USAQUEN	2,2%	18,1 %	16,3 %	2,5%	14,0 %	11,9 %	1,7%	19,7 %	18,3 %	51,2 %	80,3%	12,0 %	3,8%	- 23,7%	- 20,8%			

**Tabla 12. (Continuación)**

USME	-0,2%	-6,4%	-6,6%	-1,3%	16,5%	-	-	-0,9%	6,1%	5,1%	51,2%	85,0%	-9,8%	19,0%	-	12,0%	4,8%			
<b>REGION</b>																				
CAJICA	6,8%	-6,4%	0,00%	35,1 %	2,0%	37,8%	-1,1%	12,4 %	13,3 %	55,0 %	77,8%	-20,0%	7,1%	-6,7%	0,0%					
CHIA	-3,2%	3,3%	0,00%	3,9%	-1,3%	2,6%	-7,4%	0,6%	-6,8%	-	36,8 %	66,7%	5,3%	4,0%	-3,8%	0,0%				
COTA	-5,1%	5,3%	0,00%	0,0%	10,7%	10,7%	-	13,2 %	8,7%	-5,7%	27,3 %	62,5%	18,2%	14,3%	-	37,5 %	-28,6%			
FUSAGASUGA	2,4%	-2,3%	0,00%	3,0%	30,9%	34,8%	-0,4%	-8,3%	-8,6%	56,5 %	210,0 %	34,8%	0,0%	14,3 %	14,3%					
SIBATE	6,0%	-5,7%	0,00%	13,6 %	-20,0%	-9,1%	4,5%	21,7 %	18,2 %	50,0 %	133,3 %	16,7%								
SOHACHA	9,9%	-9,0%	0,00%	5,6%	-14,1%	-9,3%	8,8%	-9,9%	-2,0%	29,2 %	57,1%	11,2%	15,7%	-	13,6 %	0,0%	0,0 %	-	100,0 %	100,0 %
SOPO	8,7%	-8,0%	0,00%	17,6 %	100,0 %	135,3 %	2,5%	22,0 %	25,0 %	27,3 %	-37,5%	-54,5%	100,0 %	50,0 %	200,0 %					
TABIO	1,8%	-1,8%	0,00%	0,0%	146,2 %	146,2 %	0,0%	-5,9%	-5,9%	40,0 %	33,3%	-20,0%	0,0%	0,0%	0,0%			0,0%		
TOCANCIPA	-1,3%	1,3%	0,00%	23,8 %	175,0 %	109,5 %	4,1%	13,7 %	10,2 %	25,0 %	166,7 %	100,0 %								
UBATE	-	10,8 %	12,1 %	0,00%	-9,1%	30,0%	18,2%	-7,5%	55,4 %	43,8 %	71,4 %	150,0 %	-28,6%	0,0%	-	25,0 %	-25,0%			
ZIPAQUIRA	4,2%	-4,0%	0,00%	-9,8%	-6,5%	-15,7%	9,9%	-1,3%	8,4%	-	47,8 %	108,3 %	8,7%	-11,1%	-	25,0 %	-33,3%			

**Tabla 13. (Continuación)**

<b>OTROS 47 MUNICIPIOS DE CUNDINAMARCA</b>	7,6%	10,1 %	18,52 %	20,3 %	- 100,0 %	- 100,0 %	5,4 %	14,2 %	20,4 %	21,2 %	100,0 %	100,0 %	0,0%	- 14,3 %	- 14,3 %			
<b>TOTAL BOGOTA</b>	2,2%	- 19,2 %	-17,5%	2,2%	-14,3%	-12,4%	2,2 %	16,7 %	14,9 %	42,9 %	55,7%	-11,1%	4,5%	18,6 %	15,0 %	-10,0%	-3,7%	- 13,3 %
<b>TOTAL CUNDINAMARCA</b>	23,4 %	-1,8%	21,2%	6,2%	-7,0%	-1,3%	2,6 %	0,9%	3,5%	36,7 %	46,5%	-7,2%	8,2%	-9,0%	-1,5%	100,0 %	50,0 %	0,0%
<b>TOTAL NUMERO DE EMPRESAS BOGOTA - REGION</b>	4,1%	- 17,4 %	-14,1%	2,5%	-13,7%	-11,6%	2,2 %	14,5 %	12,6 %	42,3 %	54,7%	-10,7%	4,8%	17,8 %	13,8 %	-6,5%	-6,9%	- 12,9 %

*Nota:* la figure muestra la variación porcentual empresas durante el periodo 2018 al 2020 pertenecientes a la iniciativa clúster prendas de vestir por tamaño Fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en GEIH DANE 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

### **3.4.3 comportamiento del nivel de empleos en el período de pandemia Macro sectores**

Una vez observada las estadísticas del número de empresas afectadas por el fenómeno de la pandemia, seguido corresponde observar las cifras en que medida presento, a nivel social, el nivel de empleo. Para ello se observa en la tabla 7 como a nivel de macro sectores la importancia que tiene a nivel de empleo el macro sector de la moda para el año 2018 se ocupaban en total 4.461.597 empleos y a nivel textil en Bogotá región de empleaban el 7.4% equivalente a 329.353 personas; para el año 2019 se tenían contratados 4.373.940 empleos y el Macro sector moda empleaba el 7.1% equivalente a 308.823 persona y para el año 2020 las cifras de empleo para el total de macro sectores se ubicó 3.943.648 puestos de trabajo y de estos para el sector clúster macro sector moda fueron 259.313 puestos de trabajo equivalentes al 6.6%

**Tabla 14.**

Variación porcentual trabajadores por periodo en cada sector económico

<b>TABLERO DE ESTADISTICAS INICITIVAS CLUSTER BOGOTA - REGION DE CUNDINAMARCA</b>
<b>AÑOS 2018 - 2019 - 2020</b>

**EMPLEOS**

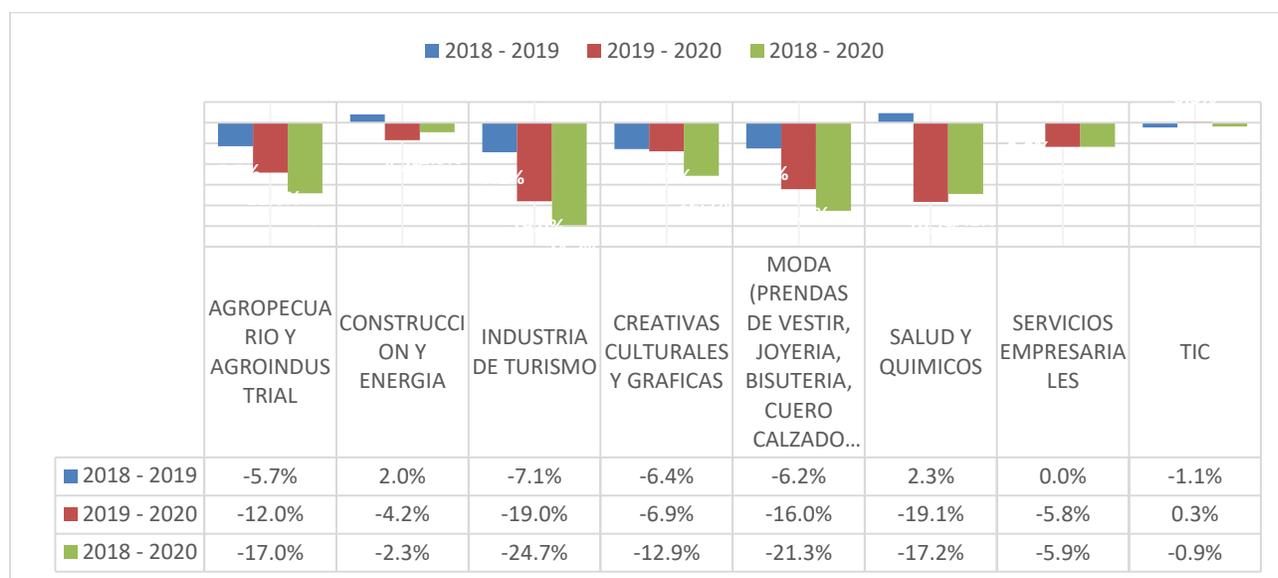
**VARIACION PORCENTUAL TRABAJADORES POR PERIODO EN CADA SECTOR ECONOMICO**

MACROSECTOR	2018 - 2019			2019 - 2020			2018 - 2020		
	BOGOTA	C/DINAMARCA	TOTAL	BOGOTA	C/DINAMARCA	TOTAL	BOGOTA	C/DINAMARCA	TOTAL
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAL	-3,6%	-8,7%	<b>-5,7%</b>	-19,0%	-1,2%	<b>-12,0%</b>	-22,0%	-9,8%	-17,0%
CONSTRUCCION Y ENERGIA	3,5%	-3,4%	<b>2,0%</b>	-5,3%	-0,2%	<b>-4,2%</b>	-1,9%	-3,5%	-2,3%
INDUSTRIA DE TURISMO	-5,6%	-14,5%	<b>-7,1%</b>	-22,0%	-2,8%	<b>-19,0%</b>	-26,3%	-16,8%	-24,7%
CREATIVAS CULTURALES Y GRAFICAS	-6,3%	-7,0%	<b>-6,4%</b>	-4,1%	-24,6%	<b>-6,9%</b>	-10,2%	-29,8%	-12,9%
<b>MODA (PRENDAS DE VESTIR, JOYERIA, BISUTERIA, CUERO CALZADO MARROQUINERIA)</b>	-8,6%	13,5%	<b>-6,2%</b>	-15,9%	-16,9%	<b>-16,0%</b>	-23,1%	-5,6%	-21,3%
SALUD Y QUIMICOS	2,3%	2,3%	<b>2,3%</b>	-21,1%	-7,9%	<b>-19,1%</b>	-19,3%	-5,8%	-17,2%
SERVICIOS EMPRESARIALES	0,7%	-4,2%	<b>0,0%</b>	-4,8%	-12,3%	<b>-5,8%</b>	-4,1%	-16,0%	-5,9%
TIC	-4,9%	38,6%	<b>-1,1%</b>	3,2%	-20,8%	<b>0,3%</b>	-1,9%	9,7%	-0,9%
	<b>-1,1%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-2,0%</b>	<b>-11,2%</b>	<b>-4,8%</b>	<b>-9,8%</b>	<b>-12,2%</b>	<b>-9,5%</b>	<b>-11,6%</b>

Variación porcentual trabajadores por periodo en cada sector económico fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en geih Dane 2020. vicepresidencia de competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

**Figura 13.**

*Iniciativa clúster macro sector Moda Bogotá región variación porcentual de empleos*



Nota. La figura muestra la situación de empleos durante el periodo 2018 al 2020 con los efectos de la pandemia Covid19 La tabla y los cálculos son de elaboración propia

De la tabla 7 se deriva la figura 14 donde se observa el efecto del fenómeno de la pandemia sobre el empleo recayó en el macro sector Moda prendas de vestir con una disminución en el periodo 2018 vs 2019 del -6.2%% y continúa aumentando el desempleo en mayor proporción al -16,0% proporción para el periodo 2019 vs 2020 en un 16,0% y para el periodo 2018 vs 2020, en este lapso en general cayo los puestos de trabajo en el macro sector moda un 21.3%.

### **3.4.4 Comportamiento del nivel de empleo por eslabón de la cadena textil** **Prendas de vestir Bogotá Región**

Con este apartado se cierra la contextualización de observación y análisis del clúster Prendas de vestir Bogotá, haciendo referencia al comportamiento del fenómeno pandemia Covid 19 a nivel de empleo por cada uno de estos componentes de la cadena textil. Como se observa en la figura 15 apoyados de sus datos de origen en la tabla 8

**Tabla 15.**

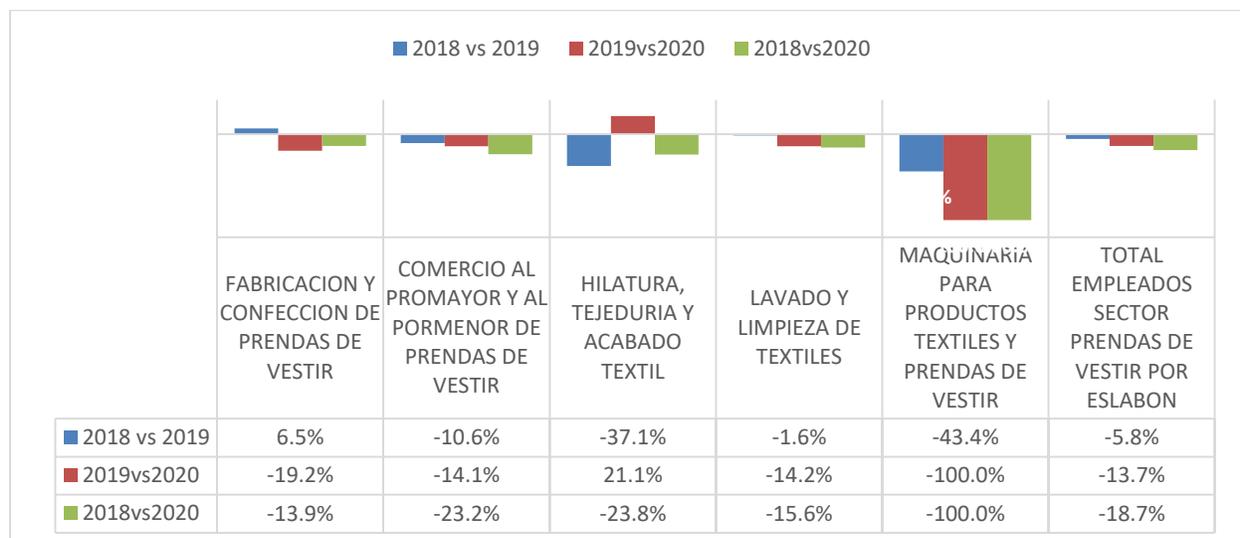
*Variación porcentual de trabajadores por eslabón de la cadena textil*

PRENDAS DE VESTIR	2018 - 2019			2019 - 2020			2018 - 2020		
	BOGOTA	C/DINAMARCA	TOTAL	BOGOTA	C/DINA MARCA	TOT AL	BOG OTA	C/DINA MARCA	TOT AL
FABRICACION Y CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR	3,1%	41,7%	6,5%	-15,6%	-46,1%	19,2 %	13,0 %	-23,6%	13,9 %
COMERCIO AL PROMAYOR Y AL PORMENOR DE PRENDAS DE VESTIR	-16,6%	40,0%	-10,6%	-18,3%	6,9%	14,1 %	31,9 %	49,7%	23,2 %
HILATURA, TEJEDURIA Y ACABADO TEXTIL	-42,5%	1,0%	-37,1%	25,4%	3,8%	21,1 %	27,9 %	4,9%	23,8 %
LAVADO Y LIMPIEZA DE TEXTILES	-1,1%	-3,7%	-1,6%	-7,4%	-39,8%	14,2 %	8,4 %	-42,1%	15,6 %
MAQUINARIA PARA PRODUCTOS TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR	-43,4%	0,0%	-43,4%	-100,0%		100,0 %	100,0 %		100,0 %
<b>TOTAL EMPLEADOS SECTOR PRENDAS DE VESTIR POR ESLABON</b>	-10,0%	30,3%	-5,8%	-12,7%	-19,5%	13,7 %	21,4 %	4,8%	18,7 %

Nota: esta tabla muestra la variación porcentual de empleo por cada eslabón de la cadena textil Fuente: Maro - Colombia Productiva Basado En Geih Dane 2020. La tabla y los cálculos son elaboración propia

**Figura 14.**

*Iniciativa clúster textil iniciativa prendas de vestir Bogotá. variación anual en el nivel de empleo por eslabón cadena textil periodo 2018 – 2019 - 2020*



**Nota:** la gráfica muestra la variación porcentual de empleos por eslabón de la cadena textil por cada periodo La tabla y los cálculos son de elaboración propia

Se determina que todas las partes fueron afectadas para el periodo 2018 vs 2019 en 14.980 empleos perdidos y para el periodo 2019 vs 2020 se aumentó la pérdida de 33.569 puestos de trabajo.

### 3.5 Análisis de la localidad de Puente Aranda, población objeto de estudio

Siguiendo el camino del método deductivo propuesto al inicio de la metodología, en este apartado se describe la distribución y composición de las empresas que se encuentran localizadas dentro de la localidad, siendo el punto de referencia representativo seleccionado para el objeto de este análisis.

Puente Aranda corresponde a la localidad número diez y seis (16) de Bogotá y está integrada por cincuenta y cinco (55) barrios de los cuales están organizados por las unidades UPZ Ciudad Montes con diez y ocho (18) barrios; UPZ Muzo con once (11)

barrios; UPZ San Rafael con catorce (14) barrios; UPZ Zona Industrial con diez y siete (17) barrios y la UPZ Puente Aranda con cinco (5) barrios. (Bogota.gov.co - Localidades de Bogotá). (Alcaldía Mayor de Bogotá, s, f,)

Esta localidad, objeto de estudio del Clúster Textil prendas de vestir se localizan a diciembre del 2020 se observan en la tabla 4 que corresponden 2.128 empresas lo que equivale al 8,6% del total de organizaciones que componen el Clúster Textil prendas de vestir Bogotá – Región.

Para el período 2018 vs 2019 se incrementaron en 1,3% en número de empresas; para el periodo 2019 vs 2020 por efectos del fenómeno de la pandemia disminuyeron el 10,3% y para su conjunto dentro del período 2018 vs 2020 se redujo un 9,5%. Para este último período las estructuras de las organizaciones por tamaño de activos cerraron como se observa en el Tabla 9

**Tabla 16.**

*Distribución por eslabón y tamaño de empresas a diciembre del 2020 iniciativa clúster textil prendas de vestir localidad Puente Aranda*

INICIATIVA CLUSTER TEXTIL PRENDAS DE VESTIR BOGOTÁ										
ESTADÍSTICAS DE EMPRESAS LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA A DIC DEL 2020										
	CIIU POR ESLABON DEL CLUSTER	NUMERO DE EMPRESAS SEGÚN TAMAÑO					VALOR ACTIVOS EN MILLONES DE PESOS			
		GRANDE	MEDIANA	MICRO	PEQUEÑA	TOTAL				
INDUSTRIA	1311 PREPARACIÓN E HILATURA DE FIBRAS TEXTILES	4	7	18	12	41	\$ 180.458	7,5%		
	1312 TEJEDURÍA DE PRODUCTOS TEXTILES	6	5	35	4	50	\$ 489.288	<b>20,3%</b>		
	1313 ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES	6	2	35	8	51	\$ 68.785	2,9%		
	1391 FABRICACIÓN DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO	0	0	52	12	64	\$ 473	0,0%		
	1392 CONFECCIÓN DE ARTÍCULOS CON MATERIALES TEXTILES, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR	2	5	89	31	127	\$ 98.253	4,1%		
	1399 FABRICACIÓN DE OTROS ARTÍCULOS TEXTILES N.C.P.	1	2	95	51	149	\$ 258.723	<b>10,8%</b>		
	1410 CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	12	33	431	92	568	\$ 598.774	<b>24,9%</b>		
	1430 FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PUNTO Y GANCHILLO	0	6	116	61	183	\$ 5.947	0,2%		
	2826 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CUEROS	0	4	3	1	8	\$ 1.063	0,0%	70,8%	

Tabla 9 (Continuación)

INICIATIVA CLUSTER TEXTIL PRENDAS DE VESTIR BOGOTA									
ESTADISTICAS DE EMPRESAS LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA A DIC DEL 2020									
<b>COMERCIO</b>	4641 COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRODUCTOS CONFECCIONADOS PARA USO DOMÉSTICO	8	15	65	56	144	\$ 185.801	7,7%	
	4642 COMERCIO AL POR MAYOR DE PRENDAS DE VESTIR	2	12	152	42	208	\$ 26.050	1,1%	
	4751 COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS	1	2	87	62	152	\$ 152.516	6,3%	
	4771 COMERCIO AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (INCLUYE ARTÍCULOS DE PIEL) EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS	1	5	247	54	307	\$ 333.318	<b>13,9%</b>	29,0%
<b>SERVICIO</b>	9601 LAVADO Y LIMPIEZA, INCLUSO LA LIMPIEZA EN SECO, DE PRODUCTOS TEXTILES Y DE PIEL	0	0	72	4	76	\$ 5.165	0,2%	0,2%
<b>TOTAL</b>		43	98	1497	490	2.128	\$ 2.404.614	100,0%	
		2,0%	4,6%	70,3%	23,0%				
				93,4%					
GRANDE	\$ 1.577.293.297.244	43	65,6%						
MEDIANA	\$ 469.109.257.060	98	19,5%						
MICROEMPRESA	\$ 60.728.490.499	1497	2,5%						
PEQUEÑA EMPRESA	\$ 297.483.511.700	490	12,4%						
									14,9%
	\$ 2.404.614.556.503								

**Nota:** la tabla muestra la distribución de empresas pertenecientes a la iniciativa clúster prendas de vestir por eslabón y tamaño Fuente: tablero estadístico CCB - maro - Colombia productiva basado en GEIH DANE 2020. Vicepresidencia de Competitividad CCB. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

La tabla 9 muestra del total de las 2.128 empresas el 2% de estas tienen la estructura de tamaño gran empresa y representan el 66% de los activos y el 70,3% equivalente a 1.497 organizaciones de tamaño micro están estructuradas en 3% de los activos.

De la totalidad de 2.128 empresas, el 70.8 % corresponden a la industria textil, el 29,0% al comercio textil al por mayor y al por menor de insumos, materia prima y prendas de vestir y el 0.2% representan las empresas de servicio de lavado.

Para especificar el tema de la población objeto de análisis, la Tabla 1 describe la distribución de las 2.128 empresas en 37 barrios con organizaciones del eslabón cadena textil de los 55 que compone la localidad de Puente Aranda, facilitados estos resultados se argumentó la localización de los cincuenta empresarios que concedieran las respuestas al cuestionario representado en anexo 1. en la que se enfoca en cuatro aristas, la primera transformación digital; la segunda acceso al capital humano; la tercera contabilidad y finanzas y por último la cuarta mercadeo ventas y logística.

Adicional, se observa en el cuestionario una quinta parte denominada general en la que se sondea a cerca del conocimiento de la existencia del clúster como apoyo a resolver sus necesidades como comerciante adscrito a la cámara de comercio a través del su registro legal (ver tabla 10).

**Tabla 17.**

*Respuestas principales necesidades de los empresarios generados por la pandemia mundial de covi 19*

INICIATIVA CLUSTER PRENDAS DE VESTIR. RESPUESTAS DE LA ENCUESTA											
RESPUESTAS PRINCIPALES NECESIDADES DE LOS EMPRESARIOS GENERADOS POR LA PANDEMIA MUNDIAL DE COVI 19											
tema general de consulta		G		M		ME		PE		TENDENCIA DE RESPUESTAS	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
CONDICION DE COMERCIANTE ANTE CAMARA DE COMERCIO	ES UN COMERCIANTE VIGENTE EN CAMARA DE COMERCIO?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	CONOCE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACION QUE OFRECE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA?	4,0%	0,0%	0,0%	12,0%	22,0%	42,0%	8,0%	12,0%	34,0%	66,0%
	HA PARTICIPADO EN EVENTOS DE CAPACITACION?	4,0%	0,0%	4,0%	8,0%	8,0%	56,0%	0,0%	20,0%	16,0%	84,0%
	SABE QUE ES UN CLUSTER?	4,0%	0,0%	4,0%	8,0%	12,0%	52,0%	2,0%	18,0%	22,0%	78,0%
	CONOCE DE LA CAMARA DE COMERCIO APOYA A LA CADENA TEXTIL POR MEDIO DE UN CLUSTER?	4,0%	0,0%	8,0%	4,0%	12,0%	52,0%	2,0%	18,0%	26,0%	74,0%
TRANSFORMACION DIGITAL	COMERCIALIZA SUS PRODUCTOS POR INTERNET?	2,0%	2,0%	4,0%	8,0%	14,0%	50,0%	0,0%	20,0%	20,0%	80,0%
	CONOCE LAS VENTAJAS DE SU NEGOCIO UTILIZANDO WHTSAPP?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	UTILIZA EL MARKETING DIGITAL PARA AYUDAR EN LA EJECUCION DE SU PLAN DE NEGOCIO?	0,0%	4,0%	4,0%	8,0%	18,0%	46,0%	2,0%	18,0%	24,0%	76,0%
	CONOCE DE LAS TIENDAS ON LINE?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	UTILIZA LAS REDES PARA CONQUISTA SEGUIDORES PARA SU NEGOCIO?	2,0%	2,0%	2,0%	10,0%	30,0%	34,0%	2,0%	18,0%	36,0%	64,0%
ACCESO AL TALENTO HUMANO	TIENE EMPLEADOS DE PLANTA?	2,0%	2,0%	12,0%	0,0%	30,0%	34,0%	4,0%	16,0%	48,0%	52,0%
	LOS CONTRATOS DE TRABAJO SON A TERMINO INDEFINIDO?	2,0%	2,0%	4,0%	8,0%	10,0%	54,0%	2,0%	18,0%	18,0%	82,0%
	LOS CONTRATOS DE TRABAJO SON A TERMINO FIJO?	2,0%	2,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	98,0%	2,0%
	TIENE PLANTA PROPIA PARA ELABORAR SUS PRODUCTOS?	2,0%	2,0%	0,0%	12,0%	12,0%	52,0%	2,0%	18,0%	16,0%	84,0%
	UTILIZA MAQUILA PARA ELABORAR SUS PRODUCTOS?	2,0%	2,0%	12,0%	0,0%	54,0%	10,0%	18,0%	2,0%	86,0%	14,0%
	OFRECE CAPACITACION A SUS EMPLEADOS PARA MEJORAR SU DESEMPEÑO?	4,0%	0,0%	8,0%	4,0%	16,0%	48,0%	2,0%	18,0%	30,0%	70,0%

**Tabla 18. (Continuación)**

	TIENE CONOCIMIENTO DE LAS OFERTAS DE CAPACITACION DEL SENA?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
<b>CONTABILIDAD Y FINANZAS</b>	CUENTA SU NEGICIO CON LIQUIDEZ PARA SOBREVIVIR?MANTIENE UN ADECUADO CONTROL DE SUS CUENTAS POR COBRAR Y ESTA VIGILANTE DE LA SITUACION DE SUS CLIENTES?	4,0%	0,0%	8,0%	4,0%	2,0%	62,0%	0,0%	20,0%	14,0%	86,0%
	TIENE CAPACIDAD DE ACUERDO CON SUS ACREEDORES PARA DAR MARGEN DE MANIOBRA A SU LIQUIDEZ?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	46,0%	18,0%	10,0%	10,0%	72,0%	28,0%
	CONOCE LAS VENTAJAS DE COMPRAS CONJUNTAS?	2,0%	2,0%	6,0%	6,0%	12,0%	52,0%	2,0%	18,0%	22,0%	78,0%
	CONTROLA LOS INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTO TERMINADO?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	12,0%	8,0%	92,0%	8,0%
	ACUDE AL FACTORING PARA DARLE LIQUIDEZ A SU NEGOCIO?	4,0%	0,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	4,0%	96,0%
<b>MERCADEO VENTAS LOGISTICA</b>	LE OFRECE A SUS CLIENTES OPCIONES DE PAGO DIFERENTE AL EFECTIVO?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	6,0%	58,0%	0,0%	20,0%	22,0%	78,0%
	SI SU EMPRESA EMPIEZA A UTILIZAR EL MERCADO DIGITAL, CONSIDERA QUE SU NEGOCIO SE VOLVERA MAS COMPETITIVO?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	PUEDE LA ESTRATEGIA DIGITAL CONVERTIR A SU NEGOCIO UNA EMPRESA INNOVADORA Y RESPONDER A LA VELOCIDAD DE LOS CAMBIOS?	4,0%	0,0%	12,0%	0,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	ADAPTA SUS PRODUCTOS PARA ATENDER LA NUEVA REALIDAD DE SUS CLIENTES?	2,0%	2,0%	10,0%	2,0%	64,0%	0,0%	20,0%	0,0%	96,0%	4,0%
	SU NEGOCIO TIENE UNA LINEA ABIERTA PARA SERVICIO AL CLIENTE CON PERSONAL CAPACITADO?	4,0%	0,0%	6,0%	6,0%	4,0%	60,0%	0,0%	20,0%	14,0%	86,0%

**Nota.:** La tabla muestra el porcentaje de empresarios que respondieron cada una de las opciones del cuestionario referente a sus necesidades de su organización para su normal desarrollo. La tabla y los cálculos son de elaboración propia

## **4. RESULTADOS**

El presente capítulo, del estudio de caso, tiene por objeto conocer y comprender de qué modo los efectos pandemia covid19 dejó en evidencia cual era la capacidad de reacción de los empresarios componentes del Clúster textil prendas de vestir Bogotá para enfrentar el fenómeno imprevisto Sin antecedentes en la historia reciente de la sociedad. Las respuestas de las encuestas obtenidas de los empresarios permitieron dar cumplimiento a los objetivos del proyecto donde se buscaba diagnosticar los efectos socioeconómicos que deja a su paso la pandemia covid19.

### **4.1 aspectos observables**

La Cámara de Comercio de Bogotá en su informe a 31 de diciembre de 2020 da cuenta en su gestión de reactivación y manejo de crisis Para identificar los aspectos a diagnosticar. Para el este análisis se parte del trabajo generado con la iniciativa a partir de la estrategia Ruta de la reactivación, realizado en el último trimestre del año 2020 tareas de diagnóstico de empresarios por localidades para escuchar sus necesidades, de tal manera a partir de estas se desarrollarían acciones de aportes para reactivar la actividad económica. (Cámara de Comercio de Bogotá 2020)

A partir de esta gestión surgió de la Cámara de Comercio la consideración de apoyo a la necesidad de capacitación en mercadeo y venta, gestión financiera y estrategia empresarial. Basado en esta consideración se estructuró el origen de este trabajo de Análisis sobre la competitividad del Clúster prendas de vestir en Bogotá localidad Puente Aranda: evidencia de los efectos de la pandemia Covid 19.

### **4.2 identificación de las variables a diagnosticar del objeto de estudio**

Las áreas a estructurar para el diagnóstico se diseñan a partir de los ejes de reactivación empresarial considerados por la Cámara de Comercio de Bogotá, como se observa en la plantilla del anexo de la figura 17 en lo concerniente a) tema general, b) tema de

transformación digital, c) acceso al talento humano, d) contabilidad y finanzas y e) mercadeo, ventas logísticas. En los siguientes apartes se amplía la justificación de las preguntas de los ejes temáticos a encuestar.

#### ***4.2.1 Tema general***

Se ha pretendido buscar del comerciante el conocimiento si independiente de su condición de empresario afiliado a la Cámara de Comercio de Bogotá que cumple con su obligación de reportar requisitos de renovación anual, es conocedor de las ventajas que ofrece la entidad Bogotana para el apoyo a la solución de sus necesidades organizacionales en los diferentes temas que ofrece la institución a sus afiliados.

El diseño del cuestionario busca ofrecer la posibilidad de responderlo de una forma sencilla y de fácil entendimiento para los encuestados con preguntas que no traspasan el marco de la protección de datos contemplados en la ley 1581 de 2012 en el que les pregunta a cerca de su condición de comerciante; si conoce de los servicios de capacitación; si conoce del apoyo a su afiliada en torno a los diferentes clústeres de los sectores económicos y si es conocedor que es un clúster.

#### ***4.2.2 Tema de la transformación digital***

Los temas de la necesidad de estructurar en las organizaciones la transformación digital es general. De acuerdo a el diagnóstico de la Ruta de la Reactivación empresarial que el tema tecnológico digital es un eje fundamental para la reactivación para asegurar virtualmente el buen funcionamiento del negocio. Para tal propósito se enfocaron las preguntas para conocer el uso de internet como herramienta para comercializar sus productos; la utilización de las redes sociales para atraer clientes; plan de marketing digital en el desarrollo de plan de negocios y tiendas en línea.

### ***4.2.3 Tema De Acceso Al Talento Humano***

El tema del talento humano es uno de los ejes de mayor atención para generar soluciones de las dificultades de la coyuntura. Se han estructurado cuestionamientos a cerca de los tipos de condiciones contractuales de los empleados; si para su proceso tiene planta propia o utilizan servicio de maquila; se pregunta acerca la capacitación y si es conecedor de las ofertas de formación en el Sena y si recibe de los apoyos a la nómina que subsidia el gobierno para la reactivación.

### ***4.2.4 Tema de contabilidad y finanzas***

El otro eje estructural de estudio es el enfocado a las finanzas y contabilidad. La sensibilidad de este tema se centra en la liquidez a corto y mediano plazo para cubrir sus obligaciones inmediatas; que margen de maniobra tiene para llegar a acuerdos con sus acreedores; tiene como gestionar y maniobrar sus gastos y costos fijos; si recurre a las ventajas de la estrategia de costos en las compras conjuntas; que manejo le da a su inventarios de materia prima y producto terminado y por último, la utilización de las ventajas de las facturas para negociarlas a través del factoring.

### ***4.2.5 Tema De Ventas, Mercadeo Y Logística***

Unas de los fundamentos de las organizaciones comerciales están fundamentados en sus clientes que son el principio y fin del proceso organizacional y es entorno a ellos que gira el negocio. Para tal propósito debe contar con una estructura muy bien organizada de tal forma que le facilite al consumidor de sus productos las rutas para el pago del valor de sus compras ya sea de contado o a crédito. Que opciones de pago les ofrece; la utilización del mercado digital para dar mayor competitividad; la innovación en su organización y en sus productos; la flexibilidad para adaptarse a las condiciones de las necesidades de sus clientes y por último la línea de atención en las comunicaciones en condiciones de preventa y postventa.

### 4.3 Interpretación Y Análisis De Los Resultados De La Investigación

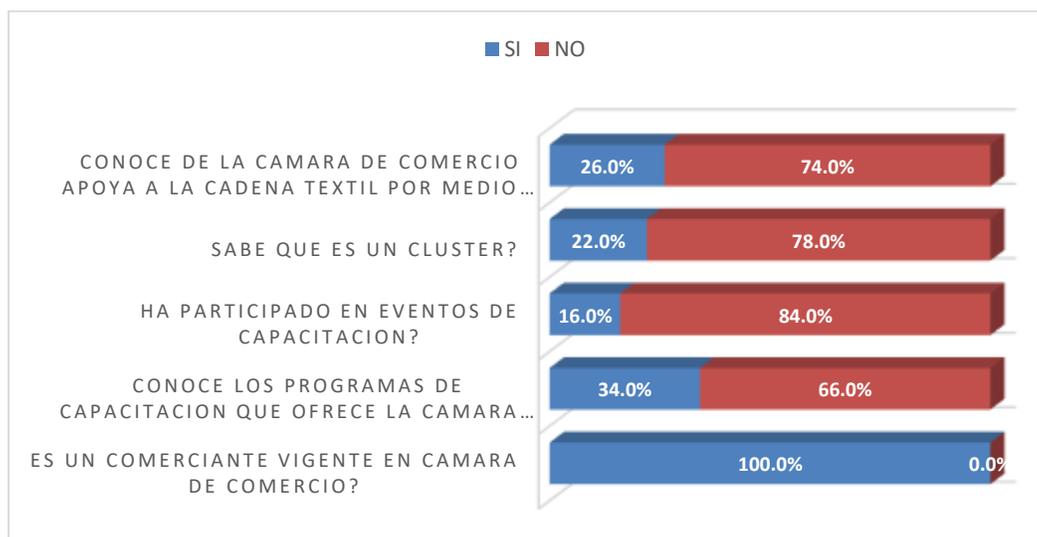
La descripción de los temas correspondiente a los ejes entorno a las necesidades de los empresarios para cubrir sus mayores necesidades, los cuales representan parte de la contextualización del estudio. Esta fuente primaria brindara un apoyo con las fuentes secundarias lo que argumentaran las conclusiones del resultado del análisis.

#### 4.3.1 De Los Aspectos Generales

Los resultados encontrados en las respuestas de los encuestados en los temas generales están basados en la tabla 18 cifras que para efectos de facilidad Tabla 18 respuestas principales necesidades de los empresarios por la pandemia covid19

**Figura 15.**

*Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá \_ región. localidad de Puente Aranda. resultado encuesta condición de comerciante ante Cámara de Comercio*



**Nota.** la figura muestra respuestas de los empresarios ante su conocimiento acerca de la iniciativa clúster La figura y los cálculos son de elaboración propia

De ella se puede extraer que el 100% de los encuestados son comerciantes formales vigentes y solamente el 26% de ellos conocen del apoyo de la cámara de Comercio a través del clúster y el 78% de los encuestados desconocen los clústeres; en términos de capacitación de brinda la Cámara, únicamente el 16% de los encuestados ha aprovechado las ventajas de esta alternativa de capacitación. En términos generales a cerca de este tema, más de 65% de los explorados desconocen las ventajas de los recursos de la Institución Distrital.

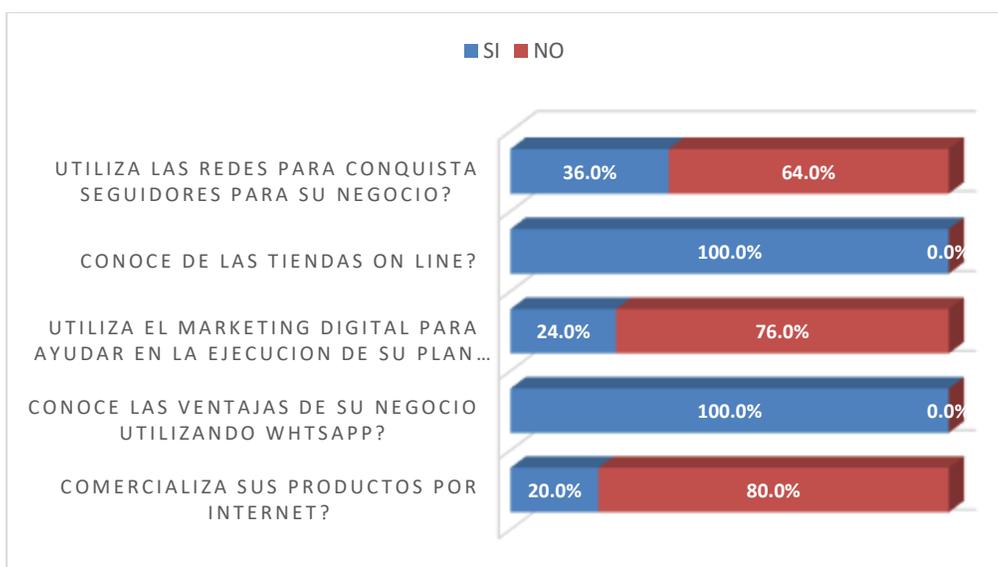
### 4.3.2 De Los Aspectos Tecnológicos

Los temas tecnológicos cobran fuerza en torno a la situación de pandemia. Una sociedad encerrada su único canal es la virtualidad, por ello requiere de su adquisición y adecuado manejo que aprovechen todas sus ventajas.

Los resultados de la encuesta se visualizan en la figura 18

**Figura 16.**

***Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá \_ región. Localidad de Puente Aranda. Resultado encuesta necesidades en transformación digital***



**Nota.** la figura muestra respuestas de los empresarios ante su conocimiento acerca de la iniciativa clúster La figura y los cálculos son de elaboración propia

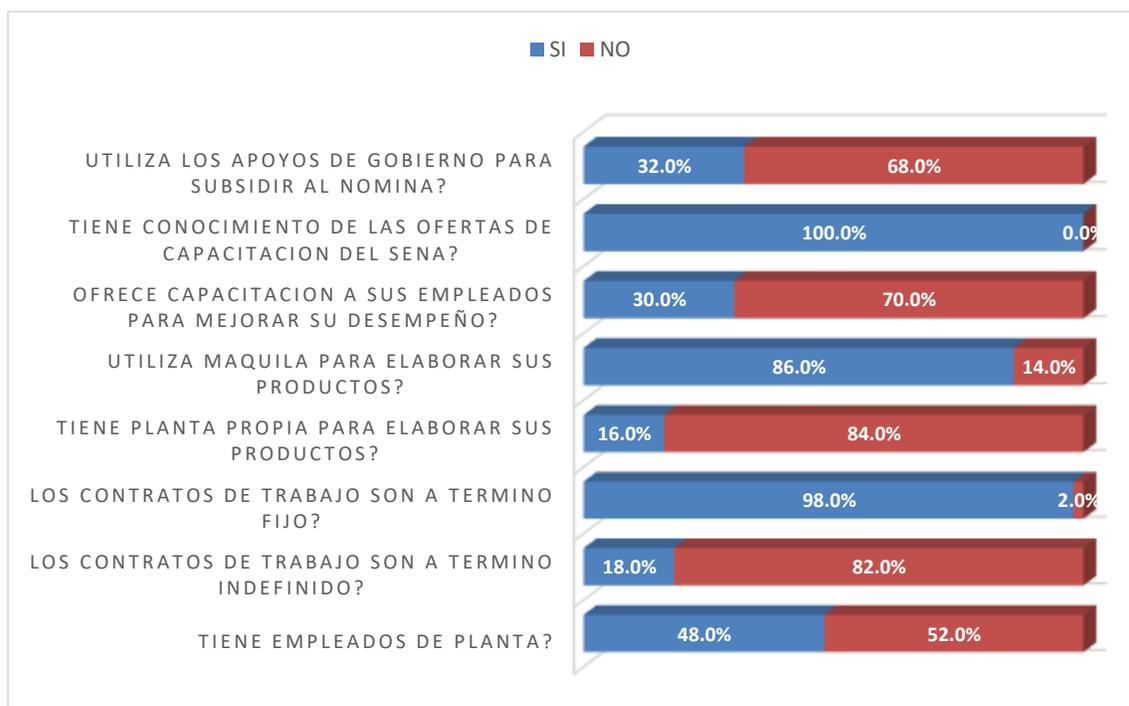
De los resultados obtenidos se aprecia que, aunque los comerciantes son concededores de las ventajas de utilizar las herramientas de las redes sociales, la utilización de los medios digitales es muy baja; solamente el 20% de los encuestados comercializa sus productos por internet; en un porcentaje muy cercano 24% utiliza el marketing digital, aunque dicen conocer las ventajas de las tiendas on line el 36% responde a la conquistas de sus clientes por medio de la redes sociales

### 4.3.3 Del Aspecto Al Acceso Al Talento Humano

La gente es motor de la organización, el que acude a la formación y generación de soluciones para las necesidades de los clientes y engranaje de las organizaciones. Para en caso estudiado, los empresarios respondieron a la encuesta con el resultado que se aprecia en la gráfica 19

**Figura 17.**

***Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá \_ región. Localidad de Puente Aranda. Resultado encuesta necesidades en capital humano***



**Nota.** la figura muestra respuestas de los empresarios ante sus necesidades en capital humano. La figura y los cálculos son de elaboración propia

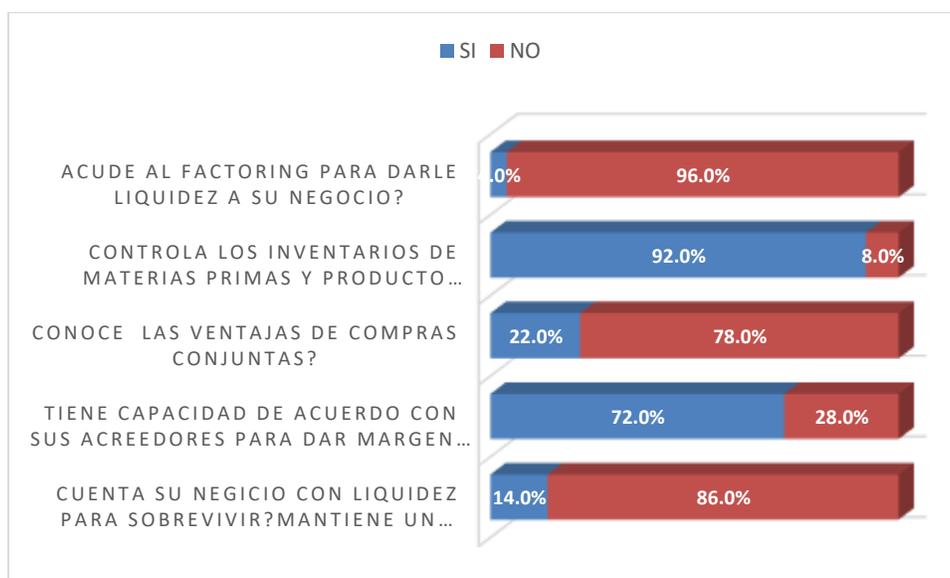
Se observa el resultado, aunque son el 100% concededores de las ofertas de capacitación del Sena únicamente el 30% responde a la capacitación concreta a sus empleados. Entorno a la estructura de modo de contratación de personal solamente el 18% respondió que tiene modalidad a término indefinido y hay respuestas divididas en partes iguales a cerca de los empleados de planta, mas, sin embargo, el 86% utiliza maquila para sus procesos fabriles y algo muy relevante en la baja proporción del 32% de los comerciantes que utilizan los apoyos a la nómina otorgados por el gobierno nacional.

#### 4.3.4 Del Aspecto de las Finanzas y La Contabilidad.

Dentro del buena gestión organizacional en temas de rigor tributario, cumplimiento de sus obligaciones, brindar información confiable y oportuna para los interesados internos y externos, requieren de disciplina y orden al día de sus datos en cartera, bancos, cumplimiento de fechas tributarias. La encuesta en esta parte nos trae los resultados mostrados en la figura 20

**Figura 18.**

***Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá \_ región. Localidad de Puente Aranda. Resultado encuesta necesidades contabilidad y finanzas***



**Nota.** la figura muestra respuestas de los empresarios ante sus necesidades en su estructura financiera La figura y los cálculos son de elaboración propia

Las respuestas expresadas en el resumen de la anterior grafica en lo positivo el 92% controla sus inventarios, el 72% tiene capacidad de manejo en las negociaciones con sus proveedores. Para el aspecto de liquidez el 86% tiene problemas al igual que únicamente el 4% acude al recurso del factoring y dicen desconocer las ventajas de compras conjuntas para disminuir los costos en materias primas

#### 4.3.5 Del Aspecto de las ventas, Mercadeo y Logística

Referente a atención a sus clientes, las respuestas de los empresarios se destacan en la gráfica No 9, en la que expresa la situación de las organizaciones respecto a sus necesidades de encontrar soluciones fundamentales para la subsistencia en el mercado y para mayor exposición se aprecia las respuestas en la descripción anunciada.

**Figura 19.**

***Iniciativa clúster prendas de vestir Bogotá \_ región. localidad de puente Aranda. resultado encuesta necesidades en el área de mercadeo- ventas y logística***



**Nota.** la figura muestra respuestas de los empresarios ante sus necesidades en área comercial La figura y los cálculos son de elaboración propia

Los comerciantes respondieron positivo en su 100% a las necesidades de utilizar los medios digitales y virtuales para adecuarse a las necesidades del mercado. En términos contrarios reportan en las respuestas que únicamente el 22% ofrece a sus clientes opciones diferentes al crédito y adicional no menos importante la línea de preventa y posventa el 86% de los comerciantes encuestados no tiene la estrategia o los recursos para mantener línea abierta a sus clientes. Por ultimo afirmativo el 96% buscan adaptasen sus productos a las necesidades de sus clientes

#### **4. CONCLUSIONES**

El tema de los fenómenos que afectan económica y socialmente de manera inadvertida a las comunidades dejan al descubierto debilidades de índole humano y organizacionales. Para el caso que se ocupa este análisis de caso permite aproximarse a comprender y analizar de qué manera las debilidades se pueden convertir en fortalezas de tal forma que con el apoyo comunitario se logre salir fortalecidos.

En el desarrollo del presente trabajo se llegó al acercamiento de los dos actores, comunidad y las organizaciones de apoyo, por consiguiente, en el desarrollo del trabajo se vivió el fenómeno lo cual lo hace más enriquecedor. Esto es un principio que los objetivos del trabajo se cumplieron y las respuestas a la pregunta de investigación son coherentes.

Los hallazgos encontrados en las respuestas de los comerciantes respecto a los ejes fundamentales en lo tecnológico, humano, financiero y comercial son coincidentes con la Ruta De Reactivación De La Cámara De Comercio.

El fenómeno genero condiciones para que la sociedad se ajustara a las nuevas condiciones en lo tecnológico, presencial, virtual de tal manera que quiebra la brecha generacional colombiana se vuelca a la búsqueda de soluciones con necesidades de capacitación a todo nivel.

El desarrollo del trabajo llenó las expectativas de justificación, al encontrar en las iniciativas clúster ese fortalecimiento de las organizaciones comerciales para afianzar la competitividad frente a fenómenos naturales, socioeconómicos y enfrentar un mercado global más fuerte en innovación y costos.

## BIBLIOGRAFIA

- Abdel Musik, G., & Romo Murillo, D. (2004). Sobre el Concepto de Competitividad. Documentos De Trabajo En Estudios De Competitividad, (04), 1-32. [http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto\\_competitividad.pdf](http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto_competitividad.pdf)
- Alcaldía Mayor de Bogotá (s.f.) Localidad de Puente Aranda. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/puente-aranda>
- Análisis Económico. Revista Análisis Económico Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 28(69) <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41331033004>
- Arboleda, H. (2016). Competitividad: Concepto y evolución histórica. Revista De Economía Y Administración, 13(02), 1-28. <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/21/15>
- Bao Cruz, S., & Blanco Silva, F. (2014). Modelos de formación de clústeres industriales: revisión de las ideas que los sustentan. Revista Galega De Economía, 22(02), 171- 198. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39138754009>
- Benítez Codas, M. (2012). Evolución del Concepto de Competitividad Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, Revistas Ingeniería Industrial, 3(08), 75-82. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215025114007>
- Buendía Rice, E. A. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países
- Cabrera-Martínez, A., López - López, P., & Méndez, C. (2011). La Competitividad Empresarial: Un Marco Conceptual Para Su Estudio (Corporate Competitiveness: A Conceptual Framework for its Study). Revista Documentos De Investigación. Universidad Central, (04), 1-56. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2016597](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2016597)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2016). Elementos del marco conceptual: Competitividad, clústeres y valor compartido [Archivo en pdf]. <http://hdl.handle.net/11520/3175>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Iniciativas Clúster. <https://opendatabogota.ccb.org.co/iniciativas-cl%C3%BAster>

- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Iniciativas de Clúster. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Iniciativas-de-Clusters>
- Castro Felipe. (2013). 20 años de política de competitividad en Colombia [Archivo en pdf]. Fedesarrollo. <https://acortar.link/QEmqdq>
- Colombia competitiva. (s.f.). Consejería Presidencial para la Competitividad y la Gestión Pública - Privada. <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/el-sistema/consejeria-presidencial-competitividad-gestion-publica-privada>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (s.f.). Redes e clústeres de empresas. <https://www.cepal.org/pt-br/topicos/redes-clusters-empresas>
- Corominas, J. (1987). Breve diccionario etimológico de la lengua castellana (3rd ed.). Editorial Gredos.
- European Clúster Collaboration Platform. (s.f.). Visión de Conjunto sobre TCI Network. Sobre nosotros. <https://clustercollaboration.eu/>
- Gabino Ramos, Olimpia Andrés, Manuel Seco. (1999). Diccionario del Español actual (2nd ed.). Aguilar.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del Pilar. (2010). Metodología de la investigación (5a. edición ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores.
- La Republica (3 de marzo de 2021). Cámara Colombiana de la Confección exige a Duque un ministro de Comercio ad hoc. <https://www.larepublica.co/empresas/camara-colombiana-de-la-confeccion-exige-a-duque-un-ministro-de-comercio-ad-hoc-3133972>
- Mariela Torres I(2009) . Tamaño de una muestra para una investigación de mercado Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar. 04. 1 -13. [http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL\\_02\\_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf](http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf)
- Mathews, J. C. (2009). Competitividad El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes. Nathan Associates Inc.
- Medeiros, Víctor - Godoi, Lucas Gonçalves - Teixeira, Evandro Camargos. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. Revista Comisión Económica Para América Latina Y El Caribe, 1-21.

- [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/1/RVE129\\_Medeiros.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/1/RVE129_Medeiros.pdf)
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. (s.f.). Clústeres. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/clusteres>
- Portafolio. (2022). El BID promueve el desarrollo de 9 sectores A través de la Universidad de Los Andes entrega US\$6 millones para clústeres. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/bid-promueve-desarrollo-sectores-traves-universidad-andes-entrega-us-millones-clusters-380058>
- Porter, M. E., Rosas Sánchez, M. E., & Bueno Campos, E. (2012a). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Pirámide.
- Porter, M. E., Rosas Sánchez, M. E., & Bueno Campos, E. (2012b). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Pirámide.
- Red Latinoamericana de Clúster. (s.f.b). Diálogo e intercambio de ideas sobre clústeres y otros temas relacionados. <https://clusterizando.com/acerca/>
- Red Latinoamericana de Clúster. (s.f.b). Quienes somos. <https://clusterizando.com/acerca/>
- Revista empresarial y laboral. (2021). Sistema Nacional de Competitividad e Innovación. <https://revistaempresarial.com/actualidad-empresarial/sistema-nacional-de-competitividad-e-innovacion/>
- Semana (29, marzo de 2019) Aranceles El gremio de la confección quiere arancel al 37,9%. <https://www.semana.com/pais/articulo/camara-colombiana-de-la-confeccion-y-afines-propone-arancel-compensatorio-del-379/270196/>
- Vicepresidencia de competitividad - Cámara de Comercio de Bogotá. (16 septiembre de 2021). Tablero de estadísticas iniciativas clúster de Bogotá región. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiYjUzNTFkOGUtZDJkNkNC00Mzk3LWI5NWQtZDFhZmNlY2NmZmlzliwidCI6ImQzMGM2MGE0LWFiMWEtNDViMi04ZDMxLWU2YzdmYWRjZjRhOCIsImMiOiR9&pageName=ReportSection9f226c04a0820d28209a>

World Economic Forum. (2020). Índice de Competitividad Global Índice de Competitividad Global -ICG (Global Competitiveness Index). <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/indicadores-internacionales/indice-competitividad-global>

Zamora Torres, A. I., & Favila Tello, A. (2019). Innovación de los países miembros de la OCDE. Una aproximación a través del Análisis Envolvente de Datos Network Dinámico y el Análisis de Conglomerados Jerárquicos. *Acta Universitaria*, 29, 1-18. <https://doi.org/10.15174/au.2019.2244>.

## ANEXOS

**ANEXO 1.**  
**PLANTILLA PARA ENCUESTAS**

 Fundación Universidad de América	<b>INICIATIVA CLUSTER PRENDAS DE VESTIR. RESPUESTAS DE LA ENCUESTA</b>		
	<b>PRINCIPALES NECESIDADES DE LOS EMPRESARIOS GENERADOS POR LA PANDEMIA MUNDIAL DE COVI 19</b>		
<b>tema general de consulta</b>	<b>TAMAÑO DE LA EMPRESA</b>		
	<b>DESCRIPCION</b>	<b>RESPUESTA EMPRESARIOS</b>	
			1      2
<b>GENERAL</b>	ES UN COMERCIANTE VIGENTE EN CAMARA DE COMERCIO?	SI	NO
	CONOCE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACION QUE OFRECE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA?	SI	NO
	HA PARTICIPADO EN EVENTOS DE CAPACITACION?	SI	NO
	SABE QUE ES UN CLUSTER?	SI	NO
	CONOCE DE LA CAMARA DE COMERCIO APOYA A LA CADENA TEXTIL POR MEDIO DE UN CLUSTER?	SI	NO
<b>TRANSFORMACION DIGITAL</b>	COMERCIALIZA SUS PRODUCTOS POR INTERNET?	SI	NO
	CONOCE LAS VENTAJAS DE SU NEGOCIO UTILIZANDO WHTSAPP?	SI	NO
	UTILIZA EL MARKETING DIGITAL PARA AYUDAR EN LA EJECUCION DE SU PLAN DE NEGOCIO?	SI	NO
	CONOCE DE LAS TIENDAS ON LINE?	SI	NO
	UTILIZA LAS REDES PARA CONQUISTA SEGUIDORES PARA SU NEGOCIO?	SI	NO
<b>ACCESO AL TALENTO HUMANO</b>	TIENE EMPLEADOS DE PLANTA?	SI	NO
	LOS CONTRATOS DE TRABAJO SON A TERMINO INDEFINIDO?	SI	NO
	LOS CONTRATOS DE TRABAJO SON A TERMINO FIJO?	SI	NO
	TIENE PLANTA PROPIA PARA ELABORAR SUS PRODUCTOS?	SI	NO
	UTILIZA MAQUILA PARA ELABORAR SUS PRODUCTOS?	SI	NO
	OFRECE CAPACITACION A SUS EMPLEADOS PARA MEJORAR SU DESEMPEÑO?	SI	NO
	TIENE CONOCIMIENTO DE LAS OFERTAS DE CAPACITACION DEL SENA?	SI	NO
UTILIZA LOS APOYOS DE GOBIERNO PARA SUBSIDIR AL NOMINA?	SI	NO	
<b>CONTABILIDAD Y FINANZAS</b>	CUENTA SU NEGICIO CON LIQUIDEZ PARA SOBREVIVIR?MANTIENE UN ADECUADO CONTROL DE SUS CUENTAS POR COBRAR Y ESTA VIGILANTE DE LA SITUACION DE SUS CLIENTES?	SI	NO
	TIENE CAPACIDAD DE ACUERDO CON SUS ACREEDORES PARA DAR MARGEN DE MANIOBRA A SU LIQUIDEZ?	SI	NO
	CONO LAS VENTAJAS DE COMPRAS CONJUNTAS?	SI	NO
	CONTROLA LOS INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTO TERMINADO?	SI	NO
	ACUDE AL FACTORING PARA DARLE LIQUIDEZ A SU NEGOCIO?	SI	NO
<b>MERCADEO VENTAS LOGISTICA</b>	LE OFRECE A SUS CLIENTES OPCIONES DE PAGO DIFERENTE AL EFECTIVO?	SI	NO
	SI SU EMPRESA EMPIEZA A UTILIZAR EL MERCADO DIGITAL, CONSIDERA QUE SU NEGOCIO SE VOLVERA MAS COMPETITIVO?	SI	NO
	PUEDA LA ESTRATEGIA DIGITAL CONVERTIR A SU NEGOCIO UNA EMPRESA INNOVADORA Y RESPONDER A LA VELOCIDAD DE LOS CAMBIOS?	SI	NO
	ADAPTA SUS PRODUCTOS PARA ATENDER LA NUEVA REALIDAD DE SUS CLIENTES?	SI	NO
	SU NEGOCIO TIENE UNA LINEA ABIERTA PARA SERVICIO AL CLIENTE CON PERSONAL CAPACITADO?	SI	NO