

Factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones en Bogotá

Autores

Sebastián Galindo Tovar

Jorge Andrés Ramírez Charry

Asesor del Proyecto

MSc. Mario Hernán González Bríñez

Universidad El Bosque

Facultad de Ciencias Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Bogotá D.C., octubre de 2017

Copyright © 2018 por Sebastián Galindo Tovar & Jorge Andrés Ramírez Charry. Todos los derechos reservados bajo los criterios de publicación establecidos en la reglamentación de la Universidad El Bosque.

Resumen

Un fenómeno común dentro de las microempresas de confecciones en Bogotá hace referencia a que, en sus primeros años de funcionamiento un número elevado de ellas se ven abocadas al cierre, situación de la que no escapan algunas empresas a nivel nacional y regional. Esto en razón a que la industria textil en los últimos años se ha enfrentado a una serie de circunstancias que han comprometido su supervivencia, entre ellos el aumento del contrabando de textiles y confecciones de países asiáticos, la insuficiente financiación, el desorden administrativo, la informalidad, la falta de apoyo gubernamental, la falta de compromiso para lograr asociaciones bajo la modalidad de clúster que permitan proyectar el gremio entre otros.

Por ello, con este estudio se busca analizar los factores asociados a la supervivencia de este tipo de microempresas, por lo que se toma una muestra de 30 microempresas de confecciones inscritas en el directorio electrónico de la Cámara de Comercio de Bogotá bajo la denominación de Confeccionistas de Paquete Completo centralizadas en la localidad de Chapinero. A fin de desarrollar una investigación descriptiva con énfasis analítico y enfoque cuantitativo, se recolecta la información a través de un cuestionario tipo encuesta. Los datos numéricos de la base de datos en Excel se agrupan en intervalos construyéndose cuadros o matrices estadísticas siendo necesario aplicar medidas de tendencia central PROM y/o DS. Luego se realiza la tabulación que consiste en presenta un conjunto de valores o unidades relacionadas entre sí en las gráficas.

Por lo tanto, los hallazgos de este estudio demuestran que hay factores que aportan positivamente al éxito de la microempresa de confecciones como lo son las capacitaciones, un plan de marketing, aspecto tecnológico, la innovación, cursos de aprendizaje administrativo y

recurso humano.

Palabras clave: Microempresa, sector de las confecciones, supervivencia.

Abstract

A common phenomenon within garment microenterprises in Bogotá refers to the fact that, in its first years of operation, a large number of them are forced to close, a situation that does not escape some companies at national and regional level. This is because the textile industry in recent years has faced a series of circumstances that have compromised its survival, including the increase in smuggling of textiles and clothing from Asian countries, insufficient financing, administrative disorder, informality, the lack of government support, the lack of commitment to achieve associations under the cluster modality that allow projection of the guild, among others.

Therefore, this study seeks to analyze the factors associated with the survival of this type of microenterprises, so a sample of 30 garment microenterprises registered in the electronic directory of the Cámara de Comercio de Bogotá is taken under the name of Confeccionistas de Paquete Completo centralized in the town of Chapinero. In order to develop a descriptive research with analytical emphasis and quantitative approach, the information is collected through a questionnaire type survey. The numerical data of the database in Excel are grouped in intervals, constructing statistical tables or matrices, being necessary to apply measures of central tendency PROM and/or DS. Then the tabulation is made, which consists of presenting a set of values or units related to each other in the graphs.

Therefore, the findings of this study show there are factors that contribute positively to the success of the micro-enterprise of clothing such as capabilities, to marketing plan, technological aspect, the innovation, administrative learning courses.

Keywords: Microempresa, microenterprise, clothing sector, survival.

Índice de contenido

	pág.
Resumen	3
Abstract.....	5
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Problema de investigación	11
1.2 Objetivos.....	16
1.2.1 Objetivo general.....	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 Justificación	17
2. ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
3. MARCO TEÓRICO Y/O CONCEPTUAL	28
3.1 Teorías y modelos económicos.....	28
3.2 Sector de las confecciones	30
3.3 Contexto de las microempresas de confecciones en Colombia	31
3.4 Supervivencia económica de las microempresas de confecciones de Bogotá.....	37
3.5 Pérdida de competitividad de las microempresas textiles	38
4. ASPECTOS METODOLÓGICOS	39
4.1 Tipo de estudio.....	39
4.2 Muestra	39
4.3 Instrumentos y técnicas de recolección de la información	40

4.4 Procedimientos.....	42
4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	43
5. RESULTADOS.....	45
6. DISCUSIÓN	56
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
8. REFERENCIAS.....	63
Apéndice 1. Encuesta.....	76
VITA: Sebastián Galindo Tovar	78
VITA: Jorge Andrés Ramírez Charry	79

Índice de tablas

pág.

Tabla 1. Supervivencia de empresas: Colombia Vs. Países OCDE.....	27
---	----

Índice de figuras

	pág.
Figura 1. Factores externos e internos que definen el éxito de las empresas	23
Figura 2. Variación del PIB textiles-confecciones-moda: 2013-2016	33
Figura 3. Actores de la cadena textil	35
Figura 4. Estado de la microempresa al momento del estudio ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 5. Calidad del encuestado	45
Figura 6. Limitantes de carácter administrativo u organizacional	45
Figura 7. Limitantes a nivel de competitividad.....	46
Figura 8. Acceso a capacitación de entes estatales para enfrentar situaciones difíciles	47
Figura 9. Limitantes de carácter financiero.....	47
Figura 10. Consideración de cierre definitivo de la microempresa.....	48
Figura 11. Importancia de realizar su propio plan de marketing y de comercialización	48
Figura 12. Papel que juega la tecnología en el negocio	49
Figura 13. Conocimiento de un negocio fallido en el sector confecciones	49
Figura 14. Aplica innovación en los procesos de la microempresa	50
Figura 15. Frecuencia con la que realiza la planeación estratégica de la microempresa	50
Figura 16. Concepto sobre las tasas de interés en el mercado financiero local	51
Figura 17. Frecuencia de las capacitaciones del recurso humano en la microempresa.....	51
Figura 18. Consideración sobre haber alcanzado el factor económico deseado	52
Figura 19. Implicaciones de los productos de confecciones de contrabando.....	52

Figura 20. Rivalidad en el sector de confecciones	53
Figura 21. Frecuencia con la que realiza estudios o cursos de aprendizaje administrativo	53
Figura 22. Incentivos que ha recibido del Estado para el sostenimiento del negocio	54
Figura 23. Percepción de la sobrecarga tributaria y de parafiscales en el negocio	55

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema de investigación

Esta investigación se centra en analizar los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones en la localidad de Chapinero de la ciudad Bogotá. Se define a la microempresas como aquella de menos de 11 empleados según la Ley 905 (Congreso de Colombia, 2004), y para el caso de este estudio se busca a empresas con estas condiciones ubicadas en dicha localidad e inscritas en el directorio electrónico de la Cámara de Comercio de Bogotá bajo la denominación de Confeccionistas de Paquete Completo por lo que éstas cumplen a cabalidad los requisitos de ley para su funcionamiento.

Esto en razón a que, las microempresas de dicho sector generan "el 67% de los empleos en el país y se considera que aproximadamente 2.5 millones de microempresas funcionan en Colombia" (Confecámaras, 2017, p.8), y por ser una fuente importante de empleo se hace necesario analizar aquellos factores que generan barreras, limitaciones y dificultades, conduciendo a su cierre definitivo.

Pese a que Medellín es el líder en el país de las empresas de confecciones, Bogotá al 2017 contaba con 143 empresas de confecciones registradas en el directorio electrónico de la Cámara de Comercio de Bogotá centralizados en las localidades de Fontibón y Chapinero bajo la denominación de *Confeccionistas de Paquete Completo* (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018), lo cual hace viable la realización de esta investigación porque se cuenta con un número representativo de empresas que por lo general son de carácter familiar y algunas hacen las veces de satélites de empresas grandes, que con el ánimo de expandirse les imponen a las

microempresas retos tanto administrativos como de producción que en ocasiones las conducen a la quiebra.

De allí que, pese a que el aumento de las pequeñas empresas de confecciones en el país ha sido significativo en los últimos cinco años, se observa el fenómeno del bajo nivel de supervivencia de las mismas. Sin embargo, existen otro tipo de barreras y limitaciones que conducen al cierre de estas microempresas y en este sentido, el gerente de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines, Enrique Gómez asegura que el contrabando y las políticas del gobierno están acabando con este sector de la economía y la agremiación ha pedido al Gobierno una mayor protección ya que podría desaparecer por quiebra (Gómez, 2017). Dichas barreras y limitaciones han hecho que la industria de confecciones de aquellas empresas pequeñas y/o familiares sienta con mayor rigor la recesión económica del sector.

Pese a las distintas formas de financiamiento de parte de entidades como el Fondo Pyme o Bancoldex, algunas de las microempresas del sector de las confecciones se han podido consolidar. "Al mes de julio de 2017 Bancoldex destinó para la modernización de las microempresas del sector de confecciones \$4.000 millones" según señala Lacouture (2017, p.2). Sin embargo, se hace evidente que el fenómeno de la baja supervivencia en cierta medida depende del nivel de financiación al que accedan las mismas.

Otro fenómeno que influye negativamente es la constante fluctuación del dólar que no han permitido promover las exportaciones de las confecciones ni ha facilitado la importación de materia prima. Según la Encuesta Mensual Manufacturera de junio, "la confección de prendas de vestir tuvo una caída del 13%, con una variación del 1.5% y una contribución de la producción real al 2016 del 0.1%" (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2017, p.5), lo cual refleja que las alzas y bajas en el dólar, repercuten de forma significativa no solo para el gremio

de la confección sino para toda la industria nacional.

La Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas ha indicado que, el saldo comercial negativo de Colombia con China es de aproximadamente USD\$7.524.153.000 (2017, p.4), un hecho que resulta alarmante. Además, aún no se ha suscrito un Tratado de Libre Comercio (TLC) con ese país y esta circunstancia hace que se estén importando productos como las confecciones (legales o no y a bajos precios), los cuales son producidos en Colombia y esto representa un gran problema para los microempresarios.

Estas condiciones han influenciado una tendencia a la baja "en el aporte que hacen las microempresas de la confección al Producto Interno Bruto (PIB) nacional, dado que en el año 2015 fue del 38% (Revista Dinero, 2015) y en el año 2016 se redujo al 28%" (Revista Dinero, 2016, p.3), situación que confirma la necesidad y pertinencia de desarrollar la presente investigación teniendo en cuenta todas estas variables que van en contra del progreso y desarrollo de las microempresas del sector de las confecciones.

Sin embargo y dadas las constantes fluctuaciones de la economía nacional, es difícil la supervivencia de las microempresas. El problema que persiste en Colombia es que estas pequeñas empresas normalmente tienen que solventar múltiples barreras para sobrevivir en el mercado el cual actualmente es muy exigente, como lo comenta Franco (2012), especialmente cuando sus productos se tienen que enfrentar con los bajos precios de las confecciones de contrabando, las cuales como es bien sabido, no tienen la misma calidad.

Además y con la nueva reforma tributaria el futuro de estas es bastante desalentador e incierto, ya que los consumidores que usualmente adquirirían sus productos tienen menos poder adquisitivo que antes, del mismo modo, una de las mayores preocupaciones de este tipo de empresas son los controles de la DIAN, pues pueden presentar fallas administrativas y así ser

multados (Acosta, 2016), además de la falta de políticas de controles aduaneros a las importaciones de confecciones de los países asiáticos que llegan a precios muy competitivos.

La globalización y la disminución del poder adquisitivo han contribuido a que el sector de las confecciones haya tenido un avance económico lento. Generalmente las microempresas de confecciones suelen ser proveedoras de medianas y grandes empresas en el modelo denominado empresa satélite que generalmente es a nivel familiar, y en la mayoría de los casos su sistema administrativo presenta un bajo nivel jerárquico o no lo tienen, como lo señalan Ríos y Martínez (2015), y es claro que la falta de políticas claras de administración, ejecución y producción se convierte en un factor negativo para el cierre de las mismas.

En la mayoría de los casos las microempresas del sector confecciones no cuentan con estrategias específicas para comercializar el producto lo cual impide atender las necesidades de los clientes meta: estrategia inadecuada de producto, falta de estudio de mercado para desarrollar la estrategia de precios, inadecuados canales de distribución, inadecuado sistema de comunicación y promoción (Morales, 2006), lo cual se debe fundamentar no solo con la experiencia y trayectoria del gerente o administrador sino también con la implementación de procesos técnico administrativos innovadores que permitan proyectar la microempresa.

Pese a que el país busca ser una economía más estable, el gobierno nacional todavía logra alcanzar esta meta y por ende las microempresas del sector confecciones encuentran barreras para innovar, crecer internamente, expandirse y ser más competitivos (Fernández & Gómez, 2014), por lo igualmente se encuentra importante afianzar los emprendimientos innovadores en este sector para lograr mejores proyecciones económica.

Dichas barrera influyen negativamente en las microempresas porque "sólo el 50% de las microempresas colombianas sobreviven el primer año y sólo el 20% sobrepasan el tercero"

/Reyes, 2015, p.1), situación que resulta algo alarmante porque de esta industria dependen muchas familias.

Según el Reporte Mundial de Emprendimiento AGER 2014 de la Universidad de Múnich sobre el ambiente y la actitud empresarial, Colombia ocupa el cuarto puesto a nivel mundial en actitud positiva hacia el emprendimiento (Reyes, 2015), situación que se debe aprovechar para impulsar las microempresas, especialmente las de índole familiar dado que un emprendimiento de este tipo contribuye a la economía de los miembros de una comunidad.

Dado que esta investigación se centra en describir las circunstancias de supervivencia que presentan las microempresas de confecciones de la localidad de Chapinero en Bogotá, las cuales en su mayoría son de índole familiar, resulta necesario analizar críticamente los factores positivos de sus gestiones administrativas así como los aspectos negativos a fin de proyectar estrategias que faciliten la reducción de los índices de cierre, de la consideración de abandonar el emprendimiento, de analizar las variables que se convierten en barreras para expandir el negocio entre otras, dado que es necesario visualizar estas problemáticas en el sector de las confecciones porque se trata de uno de los renglones de la economía nacional que hace aportes significativos año tras año.

De todo lo anteriormente mencionado, la pregunta de investigación planteada es la siguiente: ¿Cuáles son los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones en las localidades de Chapinero?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Describir los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones en las localidades de Chapinero.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar las barreras a las cuales se enfrentan los microempresarios a nivel financiero, administrativo, productivo y de marketing.
- Definir los factores de éxito o fracaso de las microempresas de confecciones en las localidades de Chapinero.
- Formular recomendaciones respecto a los hallazgos en esta investigación teniendo en cuenta la perspectiva del microempresario plasmada en las encuestas.

1.3 Justificación

Esta investigación va dirigida a determinar en el sector textil cuáles son los factores conducentes al cierre de microempresas de confecciones en la localidad de Chapinero, buscando visualizar aquellos factores que generan barreras, limitaciones y dificultades, conduciendo al cierre definitivo de estas empresas. Por ello, socialmente se hace pertinente analizar el por qué en Colombia este tipo de microempresas pese a tener el potencial para alcanzar el mercado, aún no han tomado conciencia de la necesidad de estructurar adecuadamente la planeación de las mismas así como un plan administrativo que les permita sobrevivir al mercado, como lo encontró en su estudio Rubio (2012).

La importancia social de saber administrar una microempresa para lograr consolidar su supervivencia radica en el aporte socioeconómico que estas realizan a la economía nacional dado que "generan el 67% de los empleos en el país" (Confecámaras, 2017, p.9).

El Censo Económico Multisectorial del DANE demostró que la mitad de las microempresas colombianas está concentrada en Bogotá así como en los departamentos de Antioquia y Valle (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016).

Según la Encuesta Anual de Comercio "el 57.7% de las microempresas en el 2016 en Bogotá ocuparon en forma directa un promedio de 267.618 personas" (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016, p.22), aspecto que permite inferir que estas pequeñas empresas de confecciones generan un amplio margen de empleo para el país, y con su supervivencia se logra así el progreso y el aumento de la calidad de vida.

Este estudio es factible dado que se requieren investigaciones donde se analicen los aspectos que llevan a la microempresas a su cierre temprano dado que, la mayor parte de ellas

son creadas por personas con baja experiencia donde usualmente su estructura es del tipo familiar, viéndose que la necesidad más urgente es buscar herramientas que les permitan tener estrategias específicas de administración, producción y mercadeo para su supervivencia.

En este sentido Burke (2014) indica que para lograr los objetivos de supervivencia, las microempresas deben tener en cuenta aspectos como la reducción de costos y la maximización de las capacidades, analizar qué satisface a los clientes buscando incrementar y fortalecer estos factores, mejorar los procesos innovando y desarrollando nuevos productos.

Se hace necesario que los microempresarios pierdan el temor a invertir en tecnología pues ya se ha probado que la innovación de un producto requiere de un know-how bien definido como una forma de transferencia de tecnología absolutamente necesaria para el avance de la microempresa. Sin embargo, si los empresarios no tienen clara la identificación de las barreras, limitaciones y dificultades, no podrán enfrentar estos retos y se verán abocados al cierre de sus empresas.

Pese a existir el programa iNNpulsa Colombia el cual brinda soporte a los microempresarios y emprendedores innovadores para superar las barreras más difíciles, se requiere del compromiso de los mismos y del reconocimiento de sus limitaciones, ya que muchas veces los programas que crea el gobierno para poder llevar ideas de innovación y tecnología a las microempresas tienen un alcance muy bajo creándose así una situación híbrida, donde los avances comerciales se presentan en las medianas y grandes empresas, pero no así en las microempresas (Huérfino, 2013).

De otra parte, la presente investigación reviste importancia científica dado que las pequeñas empresas y microempresas son las representantes de la economía desde su plan de negocios deben innovar, deben aprovechar todos los recursos externos que tenga la empresa,

pero esto no será suficiente porque los empresarios colombianos no tienen las mejores herramientas que le faciliten a la hora de planear y entonces el empresario colombiano deberá buscar una forma de estar atento a la globalización, como lo señala Urrizola (2009), director de Información de Saladino's Inc. en California.

La importancia práctica del estudio se centra en aspectos relacionados con la forma de administración. En este sentido se denota que, en las pequeñas empresas en Colombia se presentan una serie de problemas a nivel de financiero, administrativo, productivo y de comercialización que no les permiten trascender y llegar a tener un posicionamiento en el mercado, presentándose a sí el fenómeno contrario con tendencia al decrecimiento hasta llegar a su cierre (Salinas, 2013).

Sin embargo y como lo cita Pérez (2015), aspectos como la inexistencia de un plan estratégico donde se fijen todos los objetivos de la empresa, un estudio de mercados y plan de márketing para conocer el mercado meta teniendo en cuenta lo que la gente está solicitando, podrían constituirse en barreras que faciliten el cierre de este tipo de empresas.

Según Rey y Suárez (2010) es necesario identificar que las empresas que nacen como producto de este problema, el cual ocurre con mucha frecuencia, podrían verse impactadas negativamente al producir y promocionar un producto o servicio que realmente no se necesita o que presenta mucha demanda (saturación del mercado).

Seguido a esto se encuentran los inadecuados modelos administrativos donde predominan las malas decisiones, el mal manejo de recursos, líneas de producción ineficientes, insuficiencia en la productividad, inadecuados canales de comunicación entre jefes y subalternos, inadecuado ambiente laboral, insatisfacción laboral, inadecuados canales de comercialización entre otros (Fuentes, 2012).

Lombana y Rozas (2009) señalan que las microempresas parecen mostrar poco o nulo interés en la innovación y la causa principal es que al recurso que más se le debe dedicar atención es el tiempo, y estas empresas suelen ser creadas para una subsistencia inmediata y sus dueños esperan generar rentabilidad a corto plazo, lo cual conlleva a un círculo vicioso que no permite que las mismas inicien como competidoras fuertes en el mercado objetivo.

2. ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN

A nivel internacional son relevantes los hallazgos del estudio de Bekele y Worku (2008) donde se analizan los factores que afectan la supervivencia a largo plazo de micro, pequeñas y medianas empresas en Etiopía. Los autores encontraron que cada vez se reconoce más la importancia potencial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MICROEMPRESA) para el empleo, los ingresos y la reducción de la pobreza en Etiopía. A pesar de que el sector de MICROEMPRESA contribuye de manera significativa a la economía nacional, la alta tasa de fallas entre las pequeñas empresas y empresas bien establecidas es motivo de gran preocupación. Una muestra aleatoria de 500 pequeñas empresas y empresas seleccionadas de cinco ciudades principales en Etiopía fue seguida durante 6 años para evaluar el impacto de factores influyentes que afectan la supervivencia a largo plazo y la viabilidad de las pequeñas empresas. Las proporciones de riesgo estimadas a partir del Modelo de riesgos proporcionales de Cox se utilizaron para cuantificar el impacto de predictores clave de supervivencia. Las empresas que dejaron de funcionar se caracterizaron por una financiación inadecuada (61%), bajo nivel de educación (55%), habilidades administrativas deficientes (54%), escasez de habilidades técnicas (49%) e incapacidad de convertir parte de sus ganancias en inversión (46%). El estudio muestra que la participación en el capital social y la creación de redes (esquemas IQQUB: modelo contributivo financiero voluntario practicado en Etiopía) fue de gran ayuda para la supervivencia a largo plazo. Se encontró que las empresas que no participaban en los esquemas de IQQUB regularmente tenían 3.25 veces más probabilidades de fracasar en comparación con las empresas que sí lo hicieron. Los resultados del estudio tienen implicaciones que podrían usarse para desarrollar iniciativas de políticas que estén destinadas a fomentar el crecimiento a largo plazo en

pequeñas empresas y empresas.

Babajide (2011) realizó un estudio buscando examinar el impacto de las microfinanzas en la supervivencia de las micro y pequeñas empresas en Nigeria. Los resultados revelaron que el microfinanciamiento mejora la supervivencia de las Micro y Pequeñas Empresas (MPE), pero la mayoría de las empresas se mantienen en el nivel de supervivencia del ciclo de vida comercial. En dicha investigación el autor encontró que, las finanzas empresariales de los BMF se deben vincular con una ventana de financiamiento más grande como el SMIEIS o los Socios Estratégicos (bancos comerciales, cooperativas o asociaciones de empresarios con intereses competitivos) para la expansión y el financiamiento del crecimiento después de la supervivencia. También recomendamos la recapitalización inmediata de los MFB para permitirles apoyar a las MYPE de manera adecuada.

Sánchez y Ríos (2013) desarrollaron un estudio en México a fin de identificar los factores de éxito de la micro, pequeña y mediana empresa en edad temprana, las cuales son particularmente importantes para las economías nacionales por las aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios pese a que se calcula que su tasa de cierre en los primeros tres años de existencia sobrepasa el 80%. Estos dos investigadores definieron una serie de factores internos y externos que se resumen en la Figura 1.

Sobre los obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina Molina y Sánchez (2016) realizaron una revisión de la literatura en donde encontraron que los principales obstáculos son: el acceso al financiamiento, la falta de recursos humanos especializados y el acceso a la tecnología. Asimismo, las soluciones de los obstáculos previamente mencionados se basan en: optar por microcréditos y crowdfunding; obtener asistencias y capacitaciones, y buscar profesionales en plataformas online de cooperación;

finalmente, establecer alianzas estratégicas con universidades, centros tecnológicos y otras empresas del sector de forma que existan transferencias de recursos tangibles e intangibles.

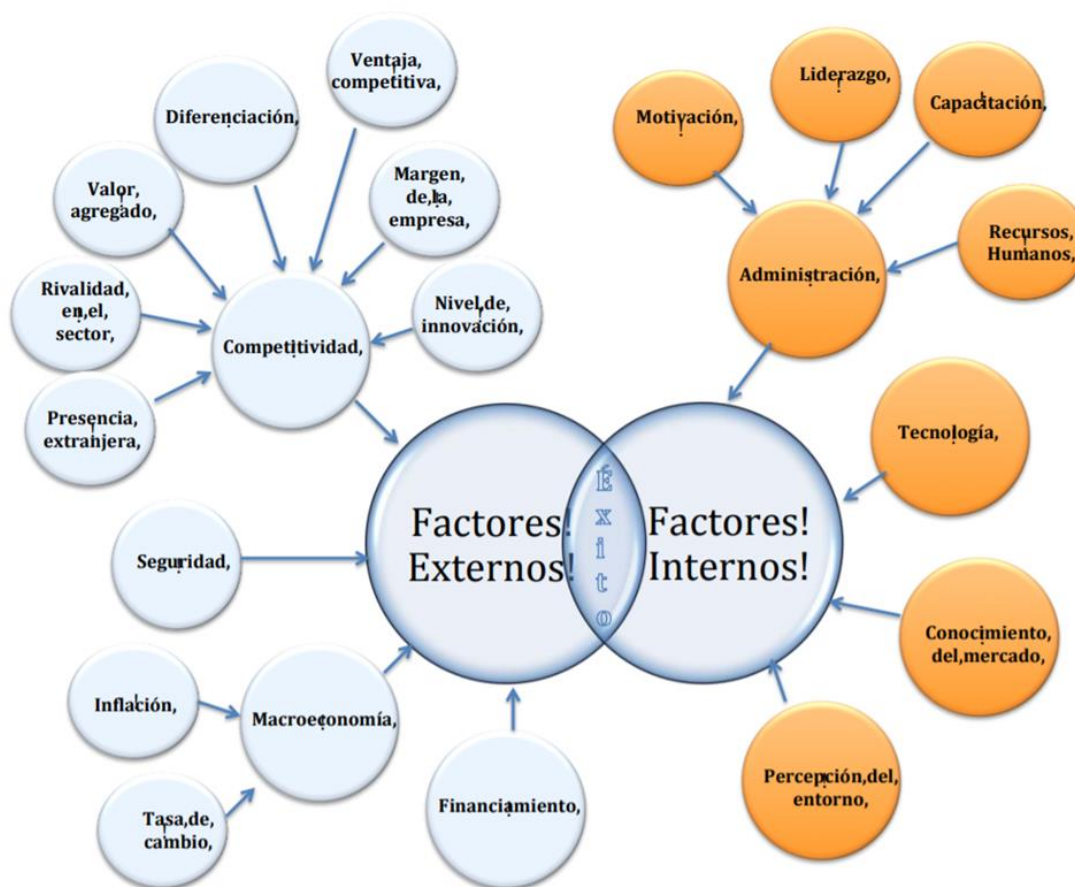


Figura 1. Factores externos e internos que definen el éxito de las empresas

Fuente: Molina y Sánchez (2016, p. 7).

A nivel de Colombia, el estudio de Morales (2006) destaca que la industria de la confección en muchas naciones es una prioridad en la formulación de políticas para su fomento y desarrollo, porque se constituye en un sector que ha comenzado a liderar la globalización de la manufactura. Los resultados resaltan que las organizaciones analizadas realizan la cobertura del mercado basándose en una estrategia diferenciada (66,7%). Entre las estrategias de la mezcla de mercadeo destaca con un 74,1% la modificación de los productos existentes, en tanto que la de precios está orientada a la competencia (25,9%). Para la distribución se emplea con un 55,6% el

mercadeo directo al consumidor, mientras que en la promoción resalta la comunicación masiva con un 63,0%. Se concluye que las empresas no reflejan una orientación al mercadeo, pues se basan en la ejecución de tareas de comercialización y ventas, sin estrategias de largo plazo claramente definidas.

Rey y Suárez (2010) en su plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá, informan que la industria de la moda en Colombia se caracteriza por el elevado número de empresas que componen el sector. Sin embargo, son muy pocas las que en realidad se consideran competencia directa para este proyecto. Aunque se evidencia que en el mercado existen otros almacenes para mujeres talla grande, estos no cumplen a cabalidad las expectativas e intereses de las consumidoras. Son algunos pocos almacenes en donde a pesar de encontrar tallas grandes, sus diseños y calidad no son los mejores. Se tratan de almacenes para un público más masivo en donde las prendas no tienen identidad, son diseñados para que le quede a todo el mundo. Por lo que se aprecia en el mercado, estos almacenes no cuidan los detalles de las prendas y mucho menos del servicio. Sus instalaciones son muy simples, con estantes desordenados, y casi que autoservicio. Debido a lo anterior, el concepto de negocio de este proyecto no presenta competidores directos en el mercado actual, esto se debe a que principalmente el mercado al que se dirige el producto y servicio es distinto al de los almacenes de este tipo.

En el estudio de Franco (2012) se encontró que, los factores internos (recursos y capacidades) y los factores externos (instituciones) que condicionan el dinamismo de las PYMES en Colombia son variables fundamentales que los empresarios deben tener en cuenta en sus emprendimientos. Los factores que influyen positivamente en el dinamismo empresarial son por

un lado, los recursos relativos a la tecnología, el posicionamiento de marca, la habilidad del empresario para solucionar conflictos, su flexibilidad para adaptarse a nuevos escenarios y su formación empresarial; y por otro, las capacidades en el área administrativa. En cuanto a las instituciones formales, resulta positivo el poder de negociación en el sector económico, y con respecto a las instituciones informales, el apoyo de los amigos y la aceptación y apoyo por parte de la comunidad. Los empresarios PYMES deben abandonar su mentalidad de pequeños empresarios, y su visión de corto plazo, y entender que el crecimiento empresarial requiere de cambios estructurales, y especialmente, de actitudes y de comportamiento de los gestores. Adicionalmente, entender que para lograr el crecimiento es necesario realizar inversiones, dado que en Colombia subsiste el fenómeno de la empresa pobre y el empresario rico. Se debe trabajar para generar una ventaja competitiva de largo plazo.

Salinas (2013) realizó una investigación para identificar las herramientas administrativas aplicadas en el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) destacan que la forma para administrar los negocios y hacerlos viables en el tiempo ha cambiado de manera vertiginosa obligando a la toma de decisiones rápida y acertada. No siendo esto una responsabilidad única de las grandes corporaciones, como las multinacionales y transnacionales, en Colombia el motor principal es la pequeña empresa y es una obligación de las Pymes enfilar estos esfuerzos en busca de un mejoramiento. Lamentablemente se presentan las grandes debilidades pues estos soportes están cobijados bajo la administración y gobierno de sus propietarios, que solo compiten en un contexto local, pues hoy más que nunca, nuestras pequeñas industrias están expuestas a los riesgos de la globalización y la competencia mundial. Aunque en los últimos años se ha notado un importante interés por parte de los gerentes pymes y las entidades estatales, en el cambio de mentalidad, aún existen deficiencias en la dirección de las pequeñas y medianas empresas

colombianas, lo que se refleja en disminución de la productividad y competitividad, que lamentablemente termina con el cierre vertiginoso y prematuro de muchas de estas empresas.

Peñaloza y Dueñas (2013) reflexionan sobre las relaciones de negocios internacionales a fin de determinar las etapas, que presentan las Pymes del sector de textiles, confección y diseño en moda en la ciudad de Bogotá así como el estudio de los factores de la cultura y la forma cómo éstos influyen en los procesos de internacionalización, teniendo en cuenta aspectos tales como el idioma, la educación, la religión, la distancia psíquica, la distancia geográfica, las costumbres, el clima, entre otros. La primera fase es la de Fase de Precompromiso que incluye tres tipos de empresas: las que venden sus bienes en el mercado doméstico y no les interesa exportar; las que venden sus bienes en el mercado doméstico, pero considerando seriamente la actividad exportadora; y, aquellas que usaron la exportación en el pasado, pero no a largo plazo. La segunda es la Fase Inicial donde la empresa está envuelta en actividades de exportación en forma esporádica y considera varias opciones. Aquí, la empresa tiene el potencial para incrementar su penetración en el exterior, siendo incapaz para hacer frente a la demanda de exportaciones y llevar a una conducta exportadora marginal o a una abstinencia total de vender en el exterior. La tercera es la Fase Avanzada donde las empresas son exportadoras regulares con una extensa experiencia por fuera de sus países, considerando otras formas de compromiso de empresa internacional, tales como subsidiaria de ventas o producción.

La Red de Cámaras de Comercio - Confecámaras (2017) realizó un análisis de los determinantes de la supervivencia empresarial como un aporte al cálculo y estudio de estadísticas de demografía empresarial por parte de líderes de los sectores público y privado. Esta entidad realizó una comparación de la dinámica de supervivencia de las empresas Colombianas y los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE),

ubicando al país dentro de los seis últimos puestos en un ranking que indica que en promedio desaparecen alrededor del 20% de las empresas nacientes, de tal suerte que después de cinco años sólo permanecen activas cerca del 50% (ver la Tabla 1).

Tabla 1. Supervivencia de empresas: Colombia Vs. Países OCDE

País	Supervivencia empresarial en 1 año	Supervivencia empresarial en 3 años	Supervivencia empresarial en 5 años
Bélgica	92,0	98,4	82,2
Finlandia	80,2	57,8	63,5
Austria	88,5	69,2	59,7
Eslovenia	90,2	65,6	56,6
Luxemburgo	89,3	70,6	55,2
Francia	77,9	66,4	51,5
Estados Unidos	79,4	61,9	51,0
España	76,4	55,1	49,5
Chile	85,2	63,0	49,4
Argentina	-	60,1	49,1
Italia	83,1	61,3	47,1
Holanda	92,6	68,1	45,3
República Checa	81,8	60,4	44,5
Bulgaria	79,2	60,3	43,9
Polonia	87,9	55,7	43,8
Estonia	83,0	65,6	43,6
Noruega	83,7	53,4	43,6
Dinamarca	75,4	52,8	43,2
Colombia	78,3	61,0	42,9
Reino Unido	86,3	49,6	39,7
Alemania	76,8	50,2	39,6
Hungría	73,6	50,3	38,5
México	67,0	-	35,0
Portugal	69,0	35,3	29,6

Fuente: información tomada de Confecámaras (2017).

3. MARCO TEÓRICO Y/O CONCEPTUAL

Teniendo en cuenta que toda investigación debe presentar los enfoques teóricos desde donde se va abordar la investigación y, por ende, el problema planteado, a continuación se correlacionan los elementos básicos de un sistema económico y las teorías que respaldan dichos modelos en el pensamiento económico a fin de comprender el por qué se requiere analizar los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones. Para luego describir algunos conceptos teóricos sobre la temática de estudio.

3.1 Teorías y modelos económicos

- **Supervivencia organizacional de las empresas:** del factor competitivo depende la supervivencia de las empresas porque les permite resistir mejor las crisis y por tanto pueden obtener mejores resultados. En la variable competitiva lo fundamental resulta ser el factor humano y según explica Markham, "los enfoques administrativos han permitido articular de manera racional el esfuerzo humano y facilitar su organización para alcanzar objetivos muy específicos" (2012, p.1137).

Como las microempresas de confecciones en su mayoría son de base social, lo anteriormente citado refiere que éstas dependen en gran medida de variables internas y externas que pueden llevarlas al éxito o al fracaso. Por ello Taxis, Aguilar y Ramírez sugieren que, las líneas estratégicas que tome un país sobre política económica en materia de desarrollo empresarial deben promover "un intenso apoyo en la aparición de emprendimientos prósperos y el desarrollo de los ya existentes. El propósito fundamental debe ser generar condiciones óptimas

que estimulen la empresarialidad a través de políticas públicas de fomento a la acción emprendedora y a la perdurabilidad empresarial" (2015, p.551).

En concordancia con esta teoría se tiene la importancia de realizar reestructuración corporativa/empresarial/organizacional a través de la implementación de agentes de cambio, cuando se detectan problemas organizacionales que amenazan la supervivencia de una organización (Ahumada, 2001), lo cual conlleva a la *Teoría de la Contingencia de Lawrence y Lorsch* la cual plantea que el éxito o fracaso de una organización depende particularmente de las fallas en su estructura y de las inadecuadas relaciones entre grupos (comunicación vertical: jefe - subordinado y comunicación horizontal: entre compañeros) (Lawrence & Lorsch, 1991).

Por lo que en ella están implícitas las contingencias empresariales u organizacionales las cuales se definen como un evento algo incierto, eventual, dudoso, inseguro, fortuito, ocasional e imprevisto que puede tener ocurrencia o no pero que requiere una verdadera suposición para ser solucionado (Velázquez, 2000), y por ende dicha presunción de contingencia se encuentra estrechamente ligada a los problemas económicos que pueda presentar una organización; se ha señalado como una de las dificultades más recurrentes entre las pequeñas y medianas empresas (Tabares, 2011).

El fracaso de las pequeñas empresas no solo depende de factores administrativos y organizacionales ni tampoco de las contingencias económicas. La productividad, la relación oferta/demanda y la actividad económica también son una parte importante de la problemática.

Además y sobre el fracaso empresarial es necesario indicar que "la competitividad empresarial está asociada a lo que ocurre fuera de la organización (políticas gubernamentales, estructura económica del país, características del mercado, variables regionales)" (Mora, Vera & Melgareo, 2015, p.81). Por lo que algunas empresas se convierten en "organizaciones reactivas

las cuales se caracterizan por la inestabilidad debido a su incapacidad para responder a los cambios" (Aragón, Rubio, Serna & Chablé, 2010, p.7).

Otro factor encontrado en el estudio de Cardona, Vásquez, Montes y Monsalve (2007) son los procesos de internacionalización económica porque las empresas locales, generalmente las pequeñas, se ven amenazadas por la entrada de productos del extranjero. Así mismo, el cambio del dólar es otro factor que incide en la supervivencia de las empresas, especialmente cuando éstas dependen de la compra de productos importados. El estudio de Bastos (2010) define que el comportamiento de la tasa de cambio del dólar afecta en gran medida la liquidez del capital de trabajo incidiendo en los indicadores de la productividad. Jaramillo a su vez indica que, "dueño, gerente o administrador debe hacer acopio de todas sus capacidades y competencias para actuar como facilitador y conductor de las personas de la empresa" (2005, p.104), porque de lo contrario conduce su emprendimiento al fracaso empresarial.

- **Productividad, oferta/demanda y actividad económica:** en este aspecto se pueden mencionar los postulados de la *Teoría Keynesiana del Consumo* que ha facilitado el direccionamiento de las campañas de marketing de un producto o servicio en razón a que se basa en el hecho de que todo individuo presenta una restricción presupuestaria en cada periodo; y resulta fácil suponer que las personas determinan su consumo teniendo principalmente en cuenta la forma de obtener la mayor utilidad posible. El individuo planifica su consumo sabiendo que no siempre dispone de los recursos en el momento en que los necesita (Ávila, 2004).

3.2 Sector de las confecciones

Las microempresas de confecciones pertenecen al sector textil, diseño y moda. De

acuerdo a la nueva clasificación de Actividades Económicas de acuerdo a la Resolución 00432 este sector pertenece a la Sección D Industrias manufactureras, División 18 - Confección de prendas de vestir; adobo y teñido de pieles (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2008).

181 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel 1810. Esta clase incluye: La confección de prendas de vestir utilizando materiales producidos o no en la misma unidad. Se incluyen tanto las labores ordinarias de producción, como aquellas realizadas por contrata. La confección de prendas de vestir sobre medidas. Confección de ropa de trabajo. La confección de otras prendas de vestir y artículos en tejido de punto y ganchillo, cuando son fabricados con telas o hilados no producidos en la misma unidad, de telas no tejidas, etc., para hombres, mujeres y niños: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, etc. La confección de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo (no producidos en la misma unidad), de encaje, etc., para hombres, mujeres y niños: camisas, camisetas, calzones, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, combinaciones, sujetadores, etc. La confección de ropa de bebé, sudaderas, trajes de esquiar, vestidos de baño, y trajes para practicar deporte, etc. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2008, p.91-92).

3.3 Contexto de las microempresas de confecciones en Colombia

Para comenzar es imprescindible recalcar el valor de las microempresas y empresas medianas y pequeñas en Colombia, ya que estas han aportado significativamente a las oportunidades de empleos en el país, convirtiéndose en foco esencial para el desarrollo y el crecimiento económico. También es de reconocer el gran aporte que hacen a las empresas de

mayor volumen, porque muchas de ellas son maquilas de las PYMES.

Actualmente en Bogotá se han formado 14 redes con las que se busca impulsar el sector textil a nivel de microempresa específicamente en los estratos 1, 2 y 3 (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2007). Esto en razón a que, como lo señala el director de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, el sector no es indiferente respecto al mal momento económico que vive el país especialmente por el estancamiento del consumo interno de textiles por la llegada (legal o no) de productos provenientes de Asia.

Sorprende que, si bien la producción real del sector cae, el comercio de textiles y confecciones aumentó 1,4% en junio. Esto, a juicio de expertos, se explica por las permanentes campañas de precios bajos a las que les han apostado las marcas para salir de sus inventarios y lograr rotación del producto (Botero, 2017, p.7).

Pese a esto, es necesario reconocer que el rol del sector confecciones en el sostenimiento en la economía del país es cada vez más crucial de lo que se evidencia a simple vista, y precisamente por esta razón es que "se debe encontrar la manera adecuada no sólo de preservarlas sino de incentivar la creación de nuevas microempresas impulsándolas para que mejoren su desempeño y sean más eficientes" (Mata, 2016, p.1), principalmente si se tiene en cuenta que se trata de un sector que se ha posicionado en Colombia con más de 100 años de experiencia (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015).

Su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) y en las exportaciones es considerable pese a las fluctuaciones de la economía producto del cambio del dólar y a la entrada de confecciones por el contrabando desde China por la falta de un Tratado de Libre Comercio (TLC) como lo ha señalado la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (2017).

Al 2016, el sector textil-confecciones-moda tuvo una participación del 8.6% dentro del renglón de industrias manufactureras en el PIB nacional donde la fabricación de prendas de vestir y tejido presentaron una cifra positiva al 2015 de 3.8% y negativa al 2016 igualmente de un 3.8% (Superintendencia de Sociedades, 2017), como se aprecia en la Figura 2.

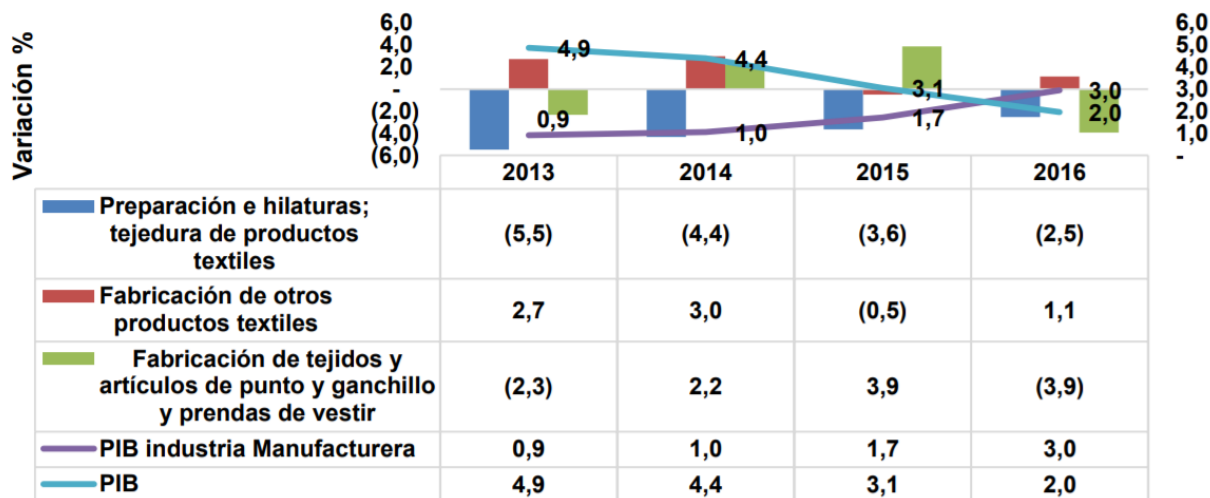


Figura 2. Variación del PIB textiles-confecciones-moda: 2013-2016

Fuente: Supersociedades Grupo de Estudios Económicos y Financieros (2016, p.3).

De esta forma se evidencia que en las pequeñas y medianas empresas es donde recae la mayor parte del tejido microempresario nacional y por ende, el mayor aporte a la generación de empleo en el país. Sin embargo, tienen en frente grandes retos para consolidar su capital humano, como lo señala Domínguez (2015) presidente de Confecámaras.

Sin embargo, el problema con el que cuentan estas empresas es la falta de planeación de los microempresarios y una de las razones de esta situación sea probablemente la falta de herramientas a las que estos pueden acceder (Mata, 2016), lo cual las hace vulnerables ante las fluctuaciones de la oferta y la demanda propios de una economía inestable como la colombiana además de las amenazas por parte del ingreso de confecciones provenientes de China a precios muy competitivos.

Un informe del Ministerio de Comercio indica que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN junto con la Policía Fiscal y Aduanera - POLFA en el primer semestre del 2017 se habían "realizado 4.463 aprehensiones de productos del sector textil por valor de USD30.179 millones, dentro de la campaña de Brigadas por la Legalidad" (2017, p.2), indicando un aumento del 20.9% respecto al año 2016 donde las aprehensiones llegaron a 3.692 pero una disminución respecto al año 2015 donde las aprehensiones fueron de 9.310 (Pulido, 2017).

Es evidente que si este tipo de campañas, fundamentadas en la Ley Anticontrabando, contara con mayores recursos y logística por parte del Estado, el nivel de ingreso de textiles y confecciones ilegales al país se reduciría notablemente, contribuyendo a disminuir las posibilidades de fracaso de los microempresarios no solo locales sino también regionales y nacionales.

El apoyo estatal colombiano aún reporta deficiencias para incentivar la innovación e impulsar el uso de tecnologías de avanzada necesarias para incrementar el recaudo y la efectividad de las microempresas que, "junto con el planeamiento de estrategias dirigidas a generar procesos de innovación que permitan producir y comercializar los productos del sector de la confección. Sin embargo, para innovar y tecnificar los procesos el peso tributario es muy grande para estos pequeños empresarios" (Howald, 2001, p.69).

Sumado a esto se encuentra el fenómeno de la informalidad empresarial y laboral, la degradación ambiental como limitante de la competitividad que llevan a la poca profundidad del mercado financiero; por esta misma razón se le debe dar mucha más importancia a la innovación y el conocimiento que deben ser el centro y el sostén que hacen que todo los demás aspectos de dicha empresa logre su supervivencia (Beltrán, Rodríguez & Restrepo, 2011).

El fenómeno de la informalidad laboral y la precariedad de recursos con los que cuentan

los microempresarios del sector textil afectan la cadena de producción, distribución y comercialización y se ha destacado que las bajas condiciones laborales se encuentran concentradas en su estructura productiva y administrativa donde se tiende a sobreexplotar al trabajador, dado que la cadena en el sector involucra actores de alto y bajo perfil (microempresario: taller textil) como se aprecia en la Figura 2.



Figura 3. Actores de la cadena textil

Fuente: Boffi (2013, p.11).

Desde esta perspectiva los gerentes de las microempresas deben entender que, a consecuencia del paso del tiempo y de las innovaciones industriales exigidas por la demanda, las estrategias de años atrás no funcionan en el entorno de hoy. Por eso es necesario cambiar las estrategias y conocer cómo funciona la mente de las nuevas generaciones y cuáles son sus necesidades y preferencias, usando las plataformas nuevas que están al alcance de cualquier persona con Internet (Rivera, 2015).

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2017) informa que el 28% de las ventas en confecciones actualmente se realiza vía Web; Colombiamoda (2017) reporta que

actualmente se han posicionado 25 empresas que proveen soluciones TIC mediante mercadeo electrónico o e-marketing.

En este sentido las redes sociales son idóneas para la promoción de productos y publicidad técnicamente gratis y en el caso de las microempresas familiares es una estrategia que no conozcan a cabalidad por lo que para este tipo de ideas que deben estar con una mente abierta. En países de la región como México este tipo de experiencias ha permitido que "el 50% de las microempresas sobreviva los tres primeros años de creadas y el 26% sobreviva los cinco años" (Grupo Yacord Servicios Contables S.A., 2016, p.3).

Además, las estrategias e-marketing en el sector confecciones facilitan al empresario enfrentar el fenómeno de estacionalidad tan marcado en dicho renglón económico, el cual "supone que gran parte de las variables económicas experimentan fluctuaciones o cambios regulares a lo largo del tiempo, lo que las convierte en predecibles y facilita su estudio temporal" (Sánchez, 2015, p.1), contribuyendo a elevar los niveles de demanda y proyectando mejor el negocio textil a mediano y largo plazo.

Al respecto también resulta necesario señalar que las grandes empresas de textiles, incluidas las maquilas y franquicias, se constituyen en una competencia fuerte para los microempresarios por la dominación económica y laboral que representan. Camacho en su estudio señala que algunos de estos conglomerados tienden a aprovecharse económicamente de las pequeñas y medianas empresas, porque se ha observado el siguiente fenómeno:

Las grandes empresas nacionales que demandan los servicios de maquilación de los talleres y mintalleres confeccionistas, pagan mejor tales servicios y ofrecen una relativamente mayor estabilidad a sus proveedores en la medida en que sus ventas están dirigidas al mercado nacional y al de Europa, mientras que en general las condiciones

más precarias las brindan los talleres que maquilan para las empresas que tienen mayor dependencia del mercados como el de los Estados Unidos, y más aún si tales empresas nacionales son proveedoras de un único cliente (2014, p.109).

3.4 Supervivencia económica de las microempresas de confecciones de Bogotá

La supervivencia es el efecto de sobrevivir económicamente ante determinados eventos financieros y que condicionan la rentabilidad de las microempresas. Bajo estas circunstancias, las microempresas de la capital enfrentan grandes retos y según la Superintendencia de Sociedades más del 80% de las microempresas creadas anualmente son liquidadas principalmente por problemas de formalización, problemas a acceso al crédito bancario y la falta de fortalecimiento del tejido empresarial. El tamaño y naturaleza de las mismas las hace propensas a tener una vida corta al enfrentarse a las dificultades. La mortalidad de estas microempresas se asocia a las falencias en la gestión que se traducen en una falta de competitividad y en vacíos administrativos (Santana, 2017).

El presidente de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines - CCCyA, señala que a finales del año 2017 se esperaba una pérdida de más de 100.000 empleos, pues en el 2015 de cada 10 empleos, la industria de la confección aportaba 8 puestos de trabajo; en el 2017 de cada 10 empleos que se pierden en la industria 8 los pone la confección" (Salazar, 2017, p.2).

Duque, miembro de la Junta Directiva de la Cámara de la Confección, reveló que "las empresas cerradas tenían un valor de 250 mil millones de pesos. Advirtió que si el Gobierno no toma acciones, en el país se podrían despedir a 7 millones de personas que viven de la industria

textil, lo que generaría nuevos problemas sociales y de seguridad" (2017, p.2).

3.5 Pérdida de competitividad de las microempresas textiles

La afectación económica que conlleva a una pérdida de competitividad y que por lo general sufren las microempresas textiles colombianas, se relacionan con las fluctuaciones de la economía y el ingreso ilegal de textiles y confecciones al país. Una recesión económica se define como aquella acción y efecto de retirarse o retroceder (apartarse, separarse, volver hacia atrás). En el ámbito de la economía el término es muy frecuente para hacer mención a la depresión de las actividades económicas. Generalmente las recesiones económicas que experimenta un país son el producto de décadas anteriores de desempleo, falta de incentivar la industria, falta de innovación en los productos, de tecnificación de los procesos, falta de modelos de comercialización entre otros (Regalado, 2000).

En el sector textil colombiano, específicamente la pérdida de competitividad se da por factores tanto internos como externos. "Dentro de los internos se destacan los costos de mano de obra, la materia prima, la energía, entre otros. Dentro de los factores externos se encuentran el contrabando, la falta de apoyo del Gobierno al sector a través de subsidios, la fuerte competencia y los costos de transporte" (Alzate, Hernández & Ramírez, 2014, p.1).

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 Tipo de estudio

Se desarrolla una investigación *ex post facto* descriptiva analítica con enfoque cuantitativo. En los estudios *ex post facto* el hecho se produce primero y luego se analizan las posibles causas y consecuencias (Cancela, Ceo, Galindo y Garilla, 2010).

Los estudios descriptivos permiten "buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis" (Hernández, Fernández & Batista, 2014, p.80).

Los estudios analíticos son aquellos que "contribuyen a explicar y esclarecer el problema desde una perspectiva descriptiva" (Hernández, Fernández & Batista, 2014, p.283).

Los enfoques cuantitativos de los estudios descriptivos involucran "variables que se pueden medir, correlacionar y los datos se pueden contar, estratificar, enumerar definiendo resultados con base en frecuencias relativas (porcentajes) y absolutas" (Hernández, Fernández & Batista, 2014, p.150).

4.2 Muestra

Se toma una muestra no representativa de 30 microempresas de confecciones del directorio electrónico de la Cámara de Comercio de Bogotá centralizados en la localidad de Chapinero bajo la denominación de Confeccionistas de Paquete Completo que fue seleccionada por muestreo no probabilístico. Según este directorio el total de microempresas de confecciones

es de 107 y se tomó un total de 30 empresas inscritas, lo cual corresponde al 32.1%.

- Criterios de inclusión: se requiere que la encuesta sea respondida propietarios - gerentes - representantes legales de las microempresas del sector confecciones; ubicadas en la localidad de Chapinero de ciudad de Bogotá.

- Criterios de exclusión: no se incluyen microempresas con menos de seis meses de haber sido creadas; no se tiene en cuenta a microempresas informales; ni aquellas que al momento de la encuesta hubieran iniciado su proceso de liquidación.

4.3 Instrumentos y técnicas de recolección de la información

A los propietarios, gerentes y representantes legales de microempresas de confecciones se les aplicará una encuesta estructurada compuesta por 18 preguntas y una final respecto a la condición en la que el propietario - gerente - representante legal, considera que se encuentra la microempresa al momento de la encuesta (*negocio sostenible a corto y mediano plazo, está considerando recudir la nómina, ya tomó la decisión de vender la empresa, cerrar o declararse en quiebra a cogiéndose a las normas de insolvencia comercial vigentes en Colombia*).

Igualmente las 19 preguntas son de tipo cerrado, múltiple opción y única respuesta las cuales son puntuadas en un rango de valores.

Por ejemplo para el caso de esta investigación se tuvieron en cuenta las siguientes opciones de respuesta en el instrumento tipo encuesta:

- Muy frecuentemente, frecuentemente, ocasionalmente, raramente, nunca.
- Nunca, rara vez, muchas veces.
- Casi siempre, usualmente, ocasionalmente, raramente, nunca.

- Muy importante, importante, moderadamente importante, de poca importancia, sin importancia.

- Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo.

Las variables definidas para este estudio son de dos tipos: la variable independiente corresponde a los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones de la localidad de Chapinero en Bogotá.

Las variables dependientes de este estudio a fin de comprender los factores base para manejar estas microempresas, incluyen:

- Características administrativas
- Características competitivas
- Capacitaciones para afrontar barreras en el negocio
- Características financieras
- Consideración de cierre de la microempresa
- Plan propio de marketing y de comercialización
- Experiencia de negocio fallido entre la competencia
- Innovación en los procesos
- Políticas de planeación estratégica
- Apoyo financiero externo
- Capacitaciones al factor de recursos humanos
- Punto de equilibrio del negocio
- Competencia desleal por los productos de contrabando
- Competencia desleal en el propio sector de confecciones local
- Aumento del aprendizaje administrativo

- Apoyo Estatal para el desarrollo del negocio
- Sobrecarga tributaria y de parafiscales que limita el negocio.

4.4 Procedimientos

- A partir de la información obtenida del directorio electrónico de la Cámara de Comercio de Bogotá, se procede a armar una base de datos de posibles contactos, la cual se obtuvo por intermedio de un familiar de los investigadores quien laboraba en dicha entidad.
- Se procede a contactar a propietarios - gerentes - representantes legales de las microempresas del sector confecciones ubicadas en la localidad de Chapinero de ciudad de Bogotá, siendo importante un primer tamizaje de dicha muestra a partir del cumplimiento de los criterios de inclusión antes definidos, ya sea por medio telefónico o vía e-mail.
- Se tuvo que esperar la decisión de los propietarios - gerentes - representantes legales de las microempresas y una vez obtenida respuesta positiva, se programa el encuentro personal para aplicar la encuesta en las instalaciones de su empresa, explicándole al encuestado el objeto de la investigación, los alcances, las limitaciones con el manejo de la información la cual es totalmente confidencial y recordándole que se podría retirarse en cualquier momento o negarse a contestar alguna de ellas si así lo consideraba.
- La encuesta fue programada para tener una duración máxima de 5 minutos, la cual se aplicó entre los días 4, 5 y 6 de octubre de 2018 según la disponibilidad de quien iba a

responderla.

- La información recolectada a través de una hoja en físico se monta en una base de datos en Excel para facilitar la tabulación de las preguntas.
- Las encuestas fueron tamizadas por segunda vez para descartar aquellas que presentaran inconsistencias o no hubiera sido respondida al menos una pregunta.
- Las encuestas también fueron divididas en tres grupos:(13) *negocio sostenible a corto y mediano plazo (2), está considerando reducir la nómina, (3) ya tomó la decisión de vender la empresa, cerrar o declararse en quiebra acogiéndose a las normas de insolvencia comercial vigentes en Colombia.*
- Se analizarán, interpretan y discuten los resultados obtenidos.
- Se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos numéricos de la base de datos en Excel se agrupan en intervalos construyéndose cuadros o matrices estadísticas siendo necesario aplicar medidas de tendencia central como promedios estadísticos (PROM) y/o desviaciones estándar (DS) para analizar variable por variable (análisis univariado)

El apoyo para desarrollar las gráficas es con el software estadístico ofrecido por la hoja de cálculo Excel para realizar la medición cuantitativa.

Luego se realiza la tabulación que consiste en presenta un conjunto de valores o unidades relacionadas entre sí en las gráficas, las cuales pueden ser circulares, lineales o de barras a fin de determinar comparaciones entre variables (análisis bivariado) buscando facilitar la comprensión

de las analogías existentes entre variables representadas en los distintos datos obtenidos.

5. RESULTADOS

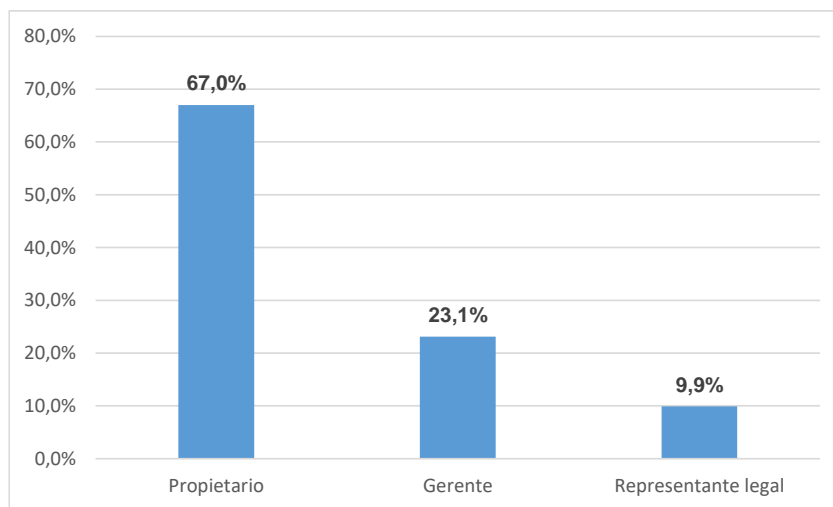


Figura 4. Calidad del encuestado

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 4 se evidencia que más de la mitad de los encuestados eran los propietarios de las microempresas de confecciones con un 67,0% y solo un 23,1% son gerentes de las mismas.

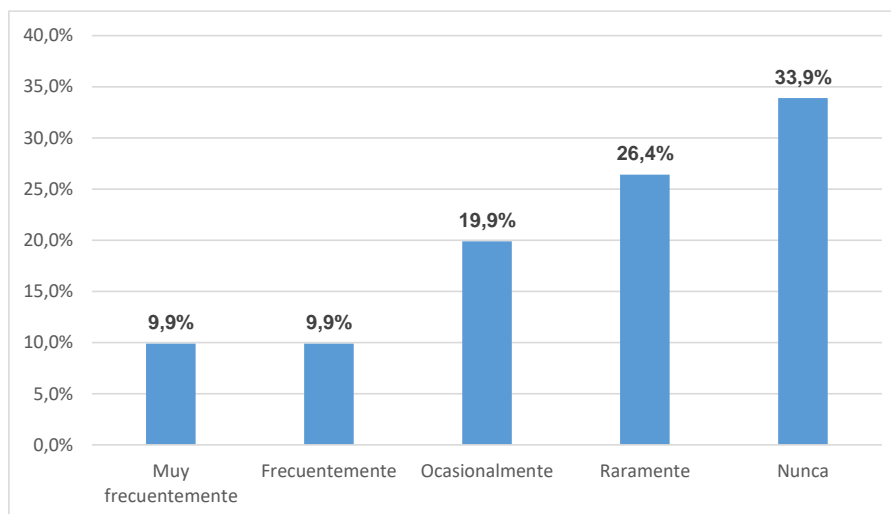


Figura 5. Limitantes de carácter administrativo u organizacional

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 5 se destacó que el 60.3% los encuestados considera que nunca o raramente han tenido limitantes de carácter administrativo u organizacional dentro de su microempresa y el 39,7% considera que muy frecuentemente, frecuentemente u ocasionalmente han tenido limitantes de carácter administrativo u organizacional dentro de su microempresa.

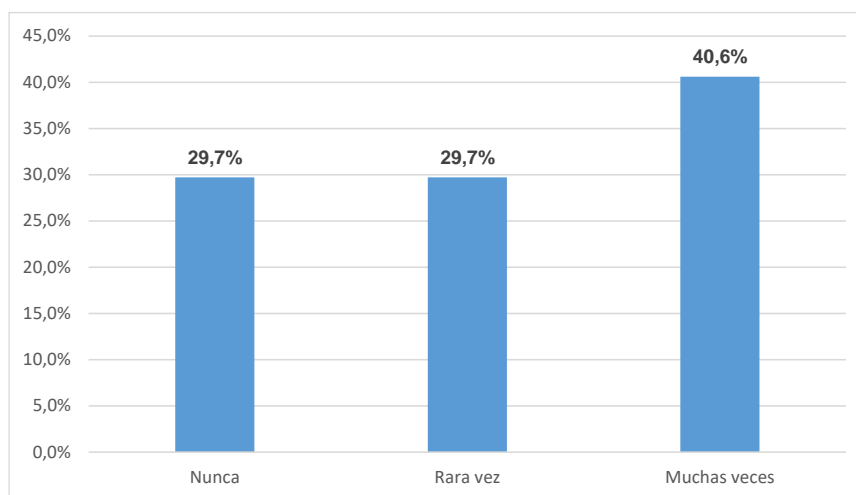


Figura 6. Limitantes a nivel de competitividad

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 6 se destacó que el 40.6% de los encuestados manifestó haber tenido limitantes a nivel de la competitividad muchas veces y un 59.4% nunca o rara vez ha tenido limitantes a nivel de competitividad.

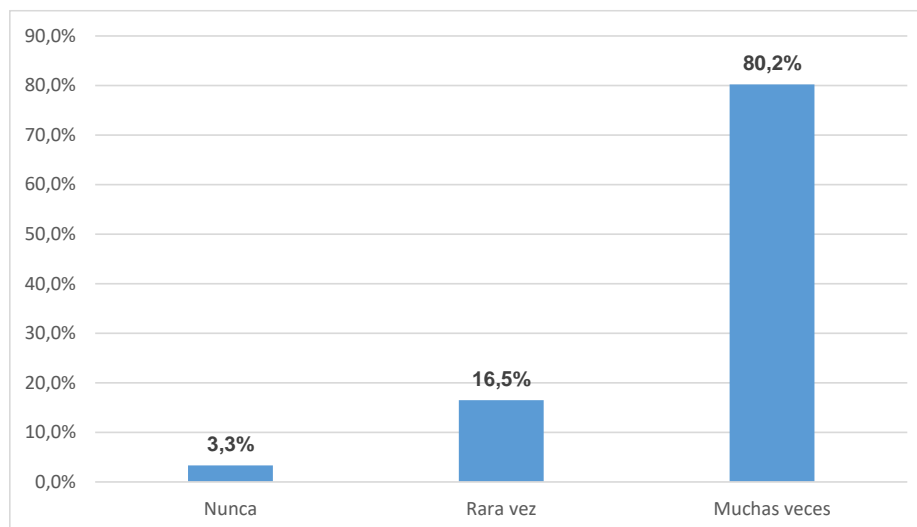


Figura 7. Acceso a capacitación de entes estatales para enfrentar situaciones difíciles

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 7 se destacó que el 80.2% de los encuestados indicó que muchas veces ha recibido capacitación de parte de entes del Estado (gobierno, alcaldía, Cámara de Comercio, Fenalco, Andi, Colombiatex, EnColombia entre otros) para enfrentar situaciones difíciles en su microempresa y solo un 3.3% nunca lo ha recibido.

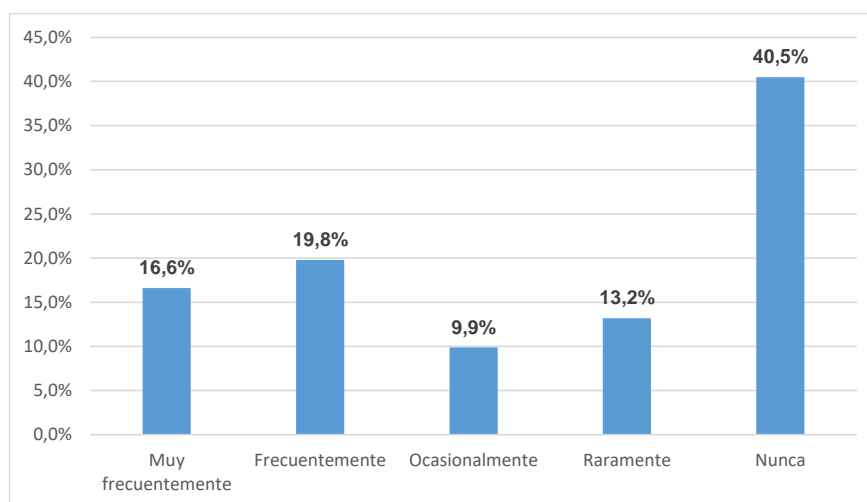


Figura 8. Limitantes de carácter financiero

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 8 se destacó que más de la mitad con un 53.7% de los encuestados nunca o raramente han tenido limitantes de carácter financiero, un 36,4% frecuentemente o muy frecuentemente se enfrenta en esta situación y el 9,9% ocasionalmente las tiene.

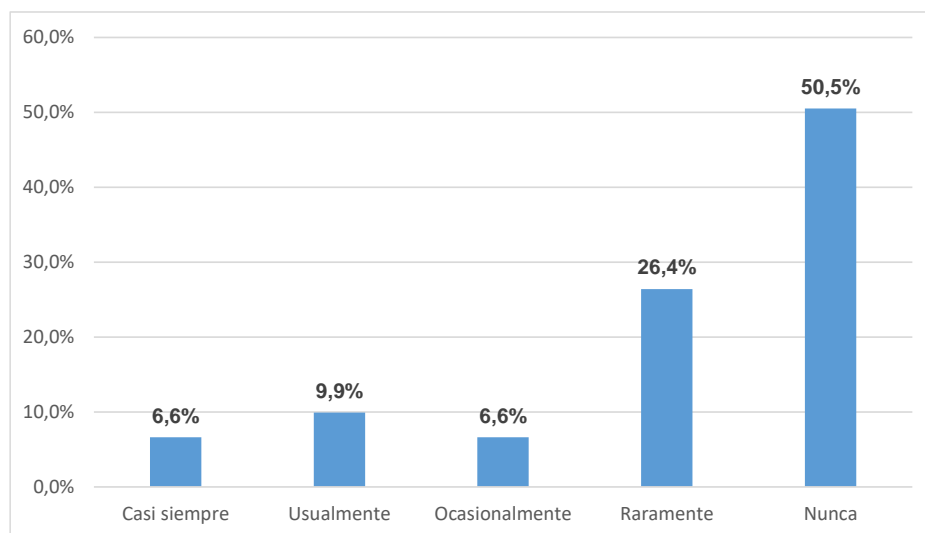


Figura 9. Consideración de cierre definitivo de la microempresa

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 9 se destacó que el 50.5% de los encuestados nunca ha considerado el cierre definitivo de su microempresa y con un porcentaje mucho menor el 6.6% casi siempre lo ha considerado.

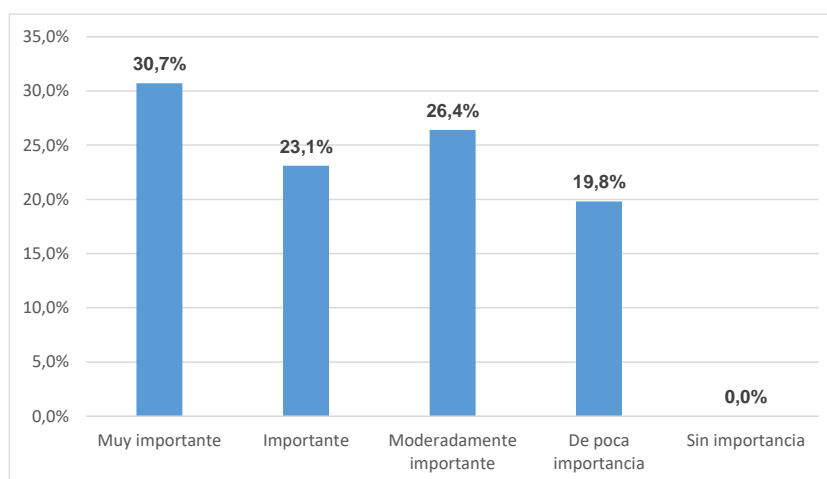


Figura 10. Importancia de realizar su propio plan de marketing y de comercialización

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 10 se destacó que más de la mitad de los encuestados consideran muy importante e importante realizar su propio plan de marketing y de comercialización y ningún encuestado considera sin importancia realizar su propio plan de marketing y de comercialización.

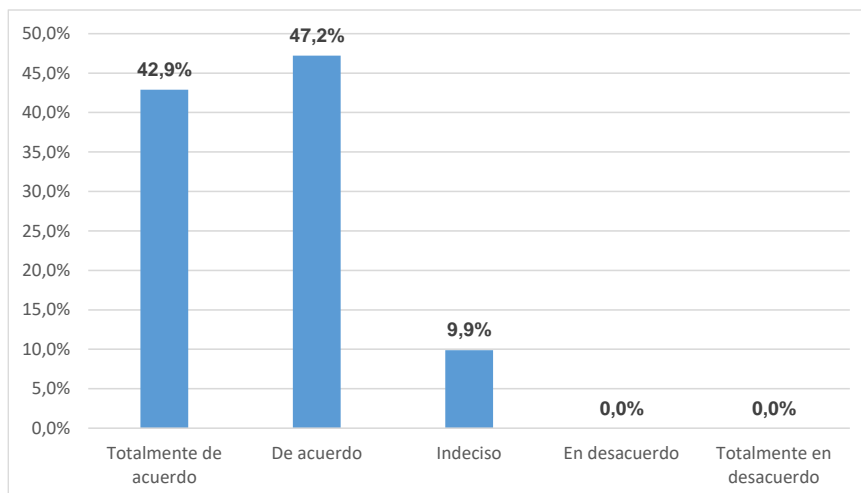


Figura 11. Papel que juega la tecnología en el negocio

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 11 se encontró que la mayoría con un 90.1% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la tecnología juega un papel importante en su microempresa y el 9.9% se manifestó indeciso en esta circunstancia.

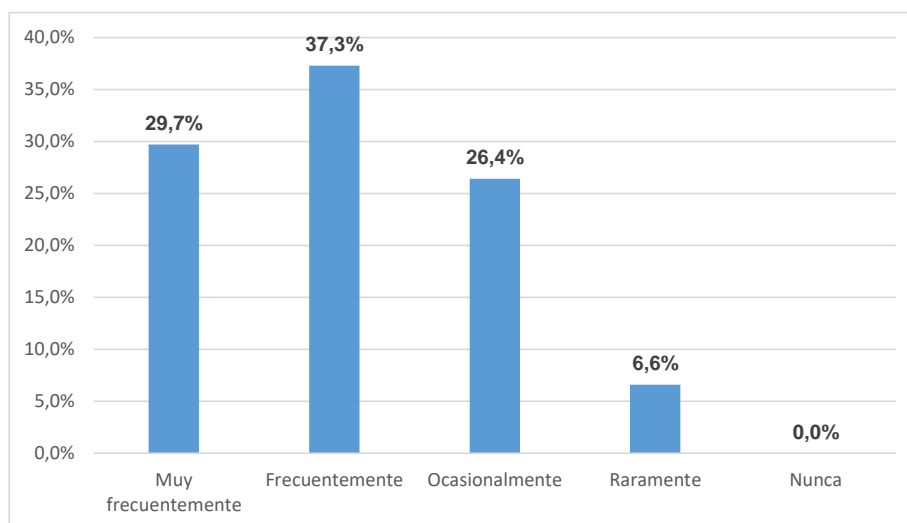


Figura 12. Conocimiento de un negocio fallido en el sector confecciones

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 12 se encontró que el 37.3% de los encuestados indicó que frecuentemente tiene conocimiento de algún microempresario que ha fracasado en su negocio en el sector

confecciones y con un 0.0% de los encuestados indico que nunca.

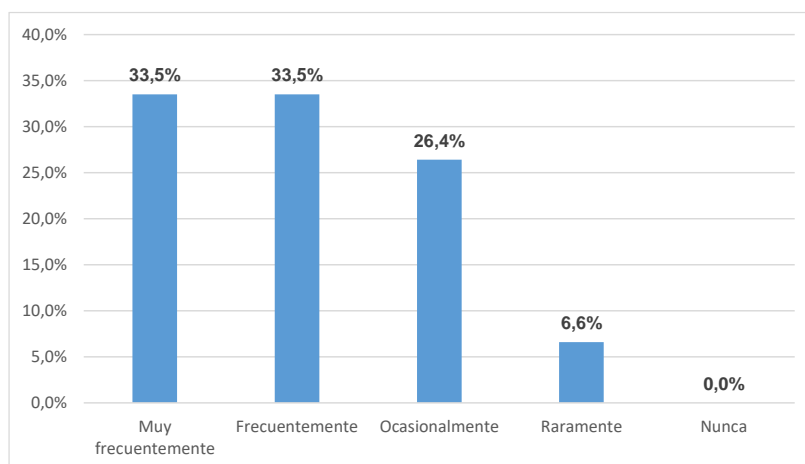


Figura 13. Aplica innovación en los procesos de la microempresa

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 13 se encontró que un 33.5% de los encuestados manifestó que muy frecuentemente aplica la innovación en los procesos de su microempresa, otro 33.5% frecuentemente, un 26.4% ocasionalmente y un 6.6% raramente.

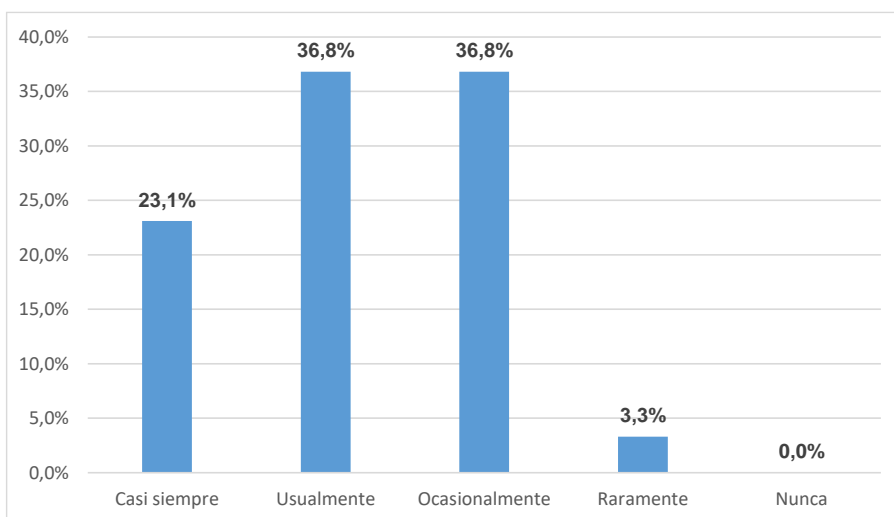


Figura 14. Frecuencia con la que realiza la planeación estratégica de la microempresa

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 14 se encontró que un 59,9% casi siempre o usualmente realizan la planeación estratégica de la microempresa y un 40,1% ocasionalmente o raramente lo realizan.

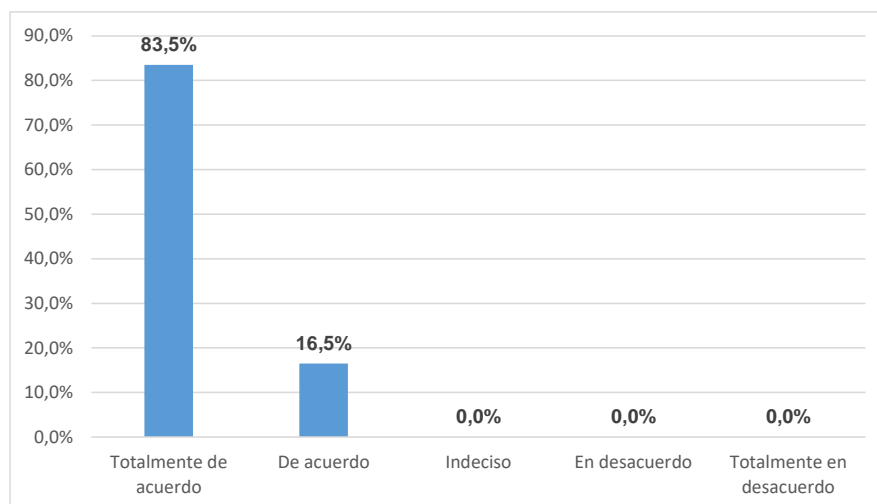


Figura 15. Concepto sobre las tasas de interés en el mercado financiero local

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 15 se encontró que el 83.5% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que las tasas de interés que ofrece el mercado financiero son muy altas respecto a su poder económico y el 16.5% está de acuerdo.

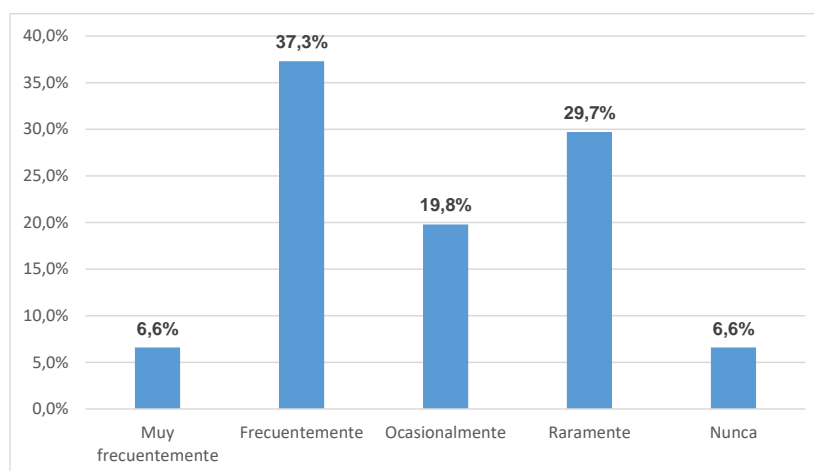


Figura 16. Frecuencia de las capacitaciones del recurso humano en la microempresa

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 16 se encontró que el 37.3% de los encuestados manifestó que frecuentemente en su microempresa el factor recursos humanos recibe capacitación y un 29.7%

raramente recibe este tipo de adiestramiento.

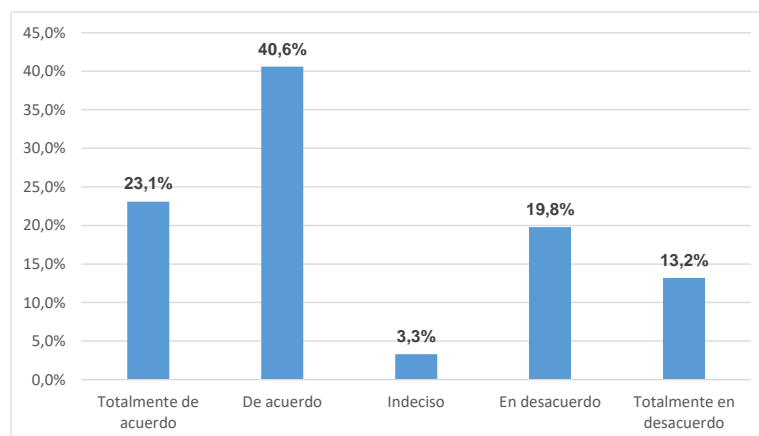


Figura 17. Consideración sobre haber alcanzado el factor económico deseado

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 17 se encontró que el 63,7% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la consideración de haber alcanzado el factor económico deseado en su microempresa, el 33% está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo y el 3.3% al momento de la encuesta se encontraba indeciso.

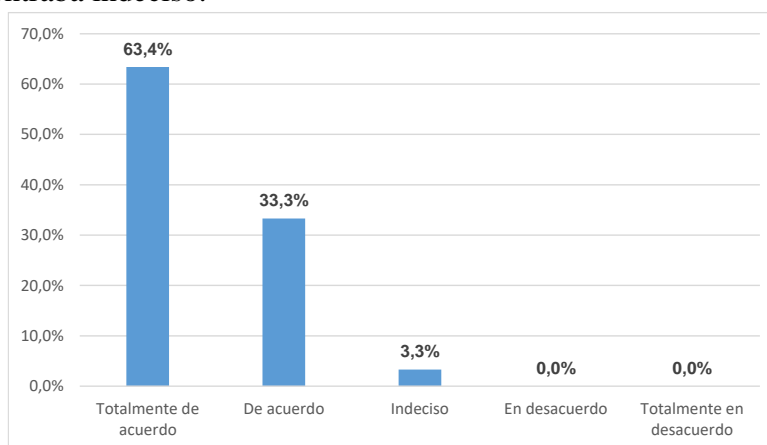


Figura 18. Implicaciones de los productos de confecciones de contrabando

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 18 se encontró que 63.4% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la presencia de productos de contrabando extranjeros ha sido un factor crítico para el desarrollo de su microempresa y un 33% está de acuerdo.

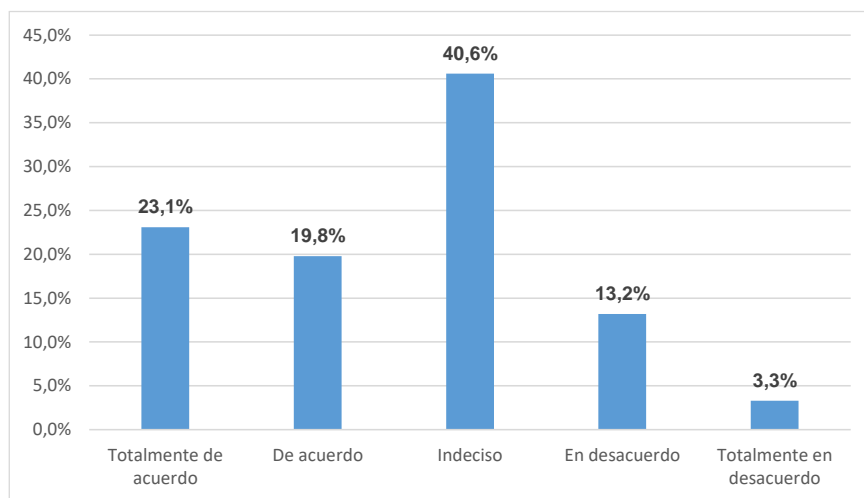


Figura 19. Rivalidad en el sector de confecciones

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 19 se encontró que más de la mitad de los encuestados se mostró indeciso o en desacuerdo respecto al nivel de rivalidad en el sector de su microempresa con un 53,8% y 42,8% está totalmente de acuerdo o de acuerdo.

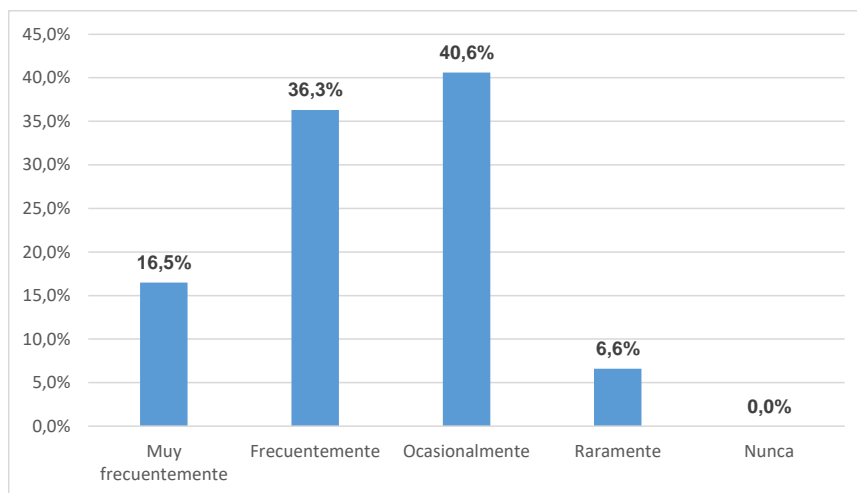


Figura 20. Frecuencia con la que realiza estudios o cursos de aprendizaje administrativo

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 20 se encontró que 40.6% de los encuestados manifestó que ocasionalmente realiza estudios o cursos para mejorar su aprendizaje administrativo y un 0.0% nunca.

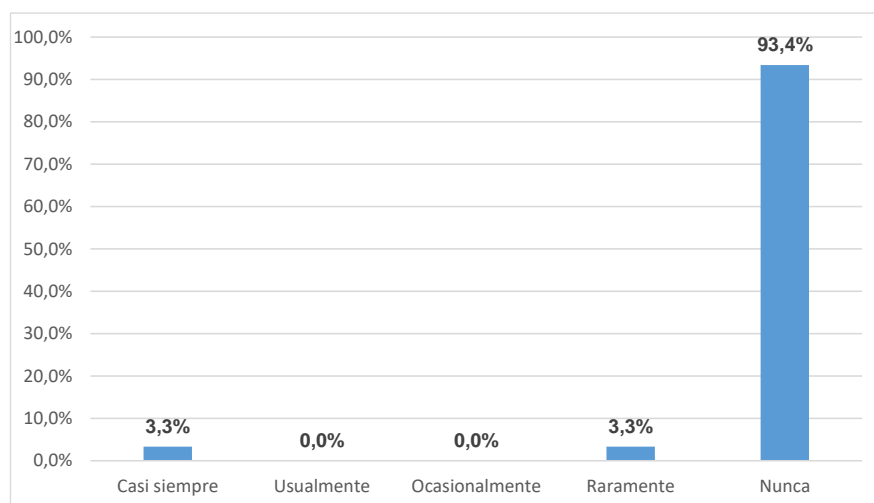


Figura 21. Incentivos que ha recibido del Estado para el sostenimiento del negocio

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 21 se encontró que la mayoría de los encuestados manifestó que nunca ha recibido algún tipo de incentivo de parte del gobierno nacional para el sostenimiento de su microempresa.

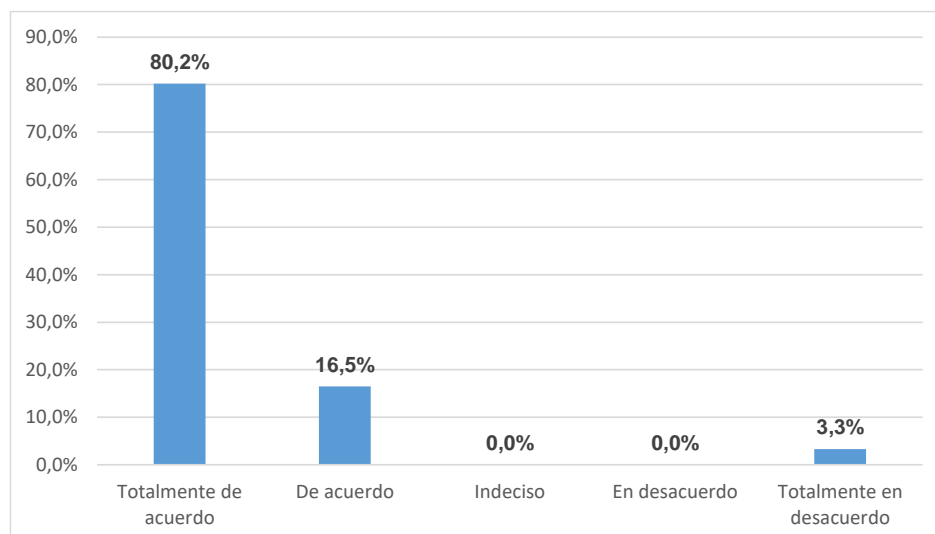


Figura 22. Percepción de la sobrecarga tributaria y de parafiscales en el negocio

Fuente: Elaboración propia (2018).

En la Figura 22 se encontró que el 96.7% de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la microempresa enfrenta una sobrecarga tributaria y de parafiscales que le limita su proyección a largo plazo y el 3.3% está totalmente en desacuerdo.

6. DISCUSIÓN

Los hallazgos de esta investigación permitieron determinar que un alto porcentaje de las microempresas encuestadas considera que es un negocio sostenible a corto y mediano plazo, pese a enfrentar las siguientes barreras: muchas veces se enfrentan a limitantes de competitividad; está totalmente de acuerdo que las tasas de interés en el mercado financiero local son elevadas así como los costos de los servicios financieros; las implicaciones negativas del contrabando de materia prima, textiles y confecciones de contrabando; la falta de incentivos de parte del gobierno nacional para el sostenimiento de la microempresa; el enfrentar una sobrecarga tributaria y de parafiscales que le limita su proyección a largo plazo; y frecuentemente escucha sobre el negocio fallido de la competencia o cierre de sus negocios.

Sin embargo, un alto porcentaje de los microempresarios encuestados se siente a gusto por haber alcanzado el factor económico deseado además de considerar que la competencia no representa una barrera o limitación de rivalidad para su negocio.

En este mismo grupo se encontraron características administrativas que podrían enmarcarse en los factores de éxito de este amplio grupo de microempresario que considera que su negocio es sostenible con una proyección a mediano y largo plazo y, que a la fecha, ha alcanzado el factor económico deseado. Dentro de dichas características se encuentran: cuando el microempresario se ve enfrentado a situaciones difíciles solicita capacitación; consideran muy importante realizar plan de marketing y de mercadeo; muy frecuentemente aplican innovación en sus procesos; el aspecto tecnológico es muy importante; usualmente realizan planeaciones estratégicas; frecuentemente realizan estudios o cursos de aprendizaje administrativo; frecuentemente capacitan el recurso humano.

Sin embargo, un aspecto a resaltar es que para este amplio grupo de microempresarios nunca lo financiero ha sido un factor limitante, lo que podría traducirse en que han logrado un punto de equilibrio tal que no requieren financiación externa para desarrollar su actividad, especialmente si se tiene en cuenta que en esta investigación se encontró que la mayoría de los microempresarios considera que este enfrenta una sobrecarga tributaria y de parafiscales que le limita su proyección a largo plazo, lo cual asociado al factor negativo del contrabando, podría involucrar efectos negativos a largo plazo.

Una vez resumidos los hallazgos y teniendo en cuenta que en esta investigación se buscó describir los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones en las localidades de Chapinero.

En lo que respecta a la búsqueda capacitación de parte del microempresario cuando se ve enfrentado a situaciones difíciles, se encontraron los resultados del estudio de Algarra y Ordoñez (2017) quienes definen que los talleres de capacitación para microempresario son una forma pedagógica asequible y de fácil participación en la cual se pueden integrar la teoría y práctica a través de una instancia que llegue al empresario como una estrategia y/o herramienta de cambio para mejorar su futuro campo de acción empresarial a la vez que lo hace empezar a conocer su realidad objetiva, porque involucra un proceso pedagógico en se desafían en conjunto problemas específicos de cada sector de la economía.

En este sentido en esta investigación se encontró que muchos de los microempresarios frecuentemente realizan estudios o cursos de aprendizaje administrativo. Al respecto se destacan los hallazgos de la investigación de Ruíz (2005) quien define que, debido a la globalización económica ha conducido a la internacionalización del tejido productivo del sector textil buscando la competitividad y garantizar la viabilidad económica en el sector. Pero la falta de un

aprendizaje continuo a nivel administrativo en muchos casos hace que el empresario se enfrente a barreras que pueden limitar en forma importante el negocio, con una baja señal de negocios y rendimientos decrecientes, limitando la posesión de ventajas de propiedad que no permiten alcanzar las metas de las economías de escala, rezagando a este sector a la decadencia y conduciéndolo a un alto grado de vulnerabilidad a mediano y largo plazo.

En lo relacionado a la importancia de realizar plan de márketing y de mercadeo, se destacan los comentarios del estudio de Tobar (2009) quien indica que la metodología de un plan de mercadeo involucra tres factores: recopilar, analizar e divulgar. (1) Dicha información debe provenir de un estudio de mercados previo de fuentes primarias, recolectada a través de encuestas, estudios estadísticos, observación, entrevista y grupos focales; esta sería la forma más eficaz de obtener datos específicos sobre el mercado, producto y competencia. Como resultado se obtendrá información sobre el negocio y el perfil de los clientes, incluyendo sus datos demográficos y psicográficos, donde estos datos son características específicas del grupo objeto, necesarias para desarrollar un buen plan de mercadeo. (2) La toma de decisiones se da a partir del análisis de cuatro variables: la mejor forma de introducir al mercado del producto; evaluar los canales de distribución más apropiados; evaluar la posibilidad de evaluar cambios en las estrategias de promoción y publicidad. (3) La información o divulgación es uno de los problemas más grandes del sector confecciones, al no tener reconocimiento por parte de los consumidores y dada la uniformidad de precios, los competidores pueden ser similares a los ojos del comprador, por lo que las estrategias de márketing y mercadeo deben ser puntuales y precisas para eliminar dichas barrera.

En lo que respecta a la aplicación de innovación en los procesos de las empresas de confecciones, el estudio de Díaz y Quiroga (2018) indica que pese a la tradición y el dinamismo

del sector textil y confecciones en Colombia, sumado a la importancia de las pymes dentro del crecimiento y el porcentaje que genera de empleo dicho sector en la economía, algunas de éstas reportan un considerable rezago en cuanto a innovación en los procesos dentro del sector que ha impedido que múltiples procesos de internacionalización se lleven a cabo. Esto está relacionado a su vez, con la manera en que afectan cinco factores: la falta de investigación y desarrollo, el contrabando, la financiación, la visión rezagada por parte de los empresarios y la falta de mano de obra especializada, en el comportamiento del sector. Se notable que, es muy poco el porcentaje de empresas que considera relevante esta variable para dinamizar su negocio.

En relación con la innovación en los procesos está involucrado el aspecto tecnológico el cual resulta ser importante, y en este sentido la Escuela de Negocios EOI (2003) de las Comunidades de Castilla y León y Castilla refiere que, gracias a las posibilidades de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC's, el modelo de negocio ha cambiado porque permite la integración de actividades y múltiples posibilidades de realizarlo pese a estar situados los actores a miles de kilómetros de distancia. Estas tecnologías también facilitan la adecuación de la producción a la demanda, a las tendencias que en cada momento captan los puntos de distribución, permitiendo rediseñar los procesos de negocio, de modo que se esté en condiciones de poner las prendas en el mercado en plazos favorables para los clientes.

Sobre las planeaciones estratégicas López (2005) analizó una serie de investigaciones que habían analizado la planeación estratégica y su impacto en el desempeño en pymes, y se destaca en todas ellas que existe una relación positiva entre estas variables. Igualmente encontró que algunos autores han medido la planeación estratégica basándose en la formalidad con la que se lleva a cabo, entendiendo como formalidad la existencia de procedimientos sistemáticos, utilizados con el propósito de involucrar y comprometer a los miembros de una empresa en el

proceso de planeación. Además, algunos estudios encontraron una relación positiva entre la planeación estratégica y el desempeño financiero. Y se destacan los resultados de estudios donde definen a algunas pymes con procesos formales de planeación, las cuales experimentan un mejor desempeño financiero, en comparación con las empresas con una planeación informal.

En lo que respecta a la capacitación del recurso humano, se destacan los hallazgos del estudio de Guerra (2001) en donde se señala que, debido al alto nivel de competitividad de las empresas del sector confecciones y las exigencias de un mercado globalizado, éstas deben diseñar y aplicar políticas que les permitan prepararse para mantenerse y defender su posición dentro del mercado mejorando su productividad, y para ello los cambios requeridos son numerosos, entre los que están: cambios en los métodos de trabajo, modificaciones en la ingeniería del producto, mejoras en la distribución de las instalaciones, rediseño del producto, capacitación de los empleados entre otros. Dicha capacitación a la vez de mejorar la productividad de la empresa, incrementa los niveles de habilidad de la fuerza de trabajo. El capacitar al operario beneficia a la empresa aumentando el ritmo de producción y mejora la calidad de las piezas. Por ello, la capacitación debe ser una característica continua si ha de mejorarse la productividad total en todo momento.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Esta investigación tuvo como objetivo describir los factores asociados a la supervivencia de las microempresas de confecciones en las localidades de Chapinero y los hallazgos de la encuesta determinaron que las características que enmarcan el éxito de este tipo de microempresas involucran las siguientes fortalezas: en situaciones difíciles el microempresario solicita capacitación; es muy importante realizar plan de márketing y de mercadeo; muy frecuentemente aplican innovación en sus procesos; el aspecto tecnológico es muy importante; usualmente realizan planeaciones estratégicas; frecuentemente realizan estudios o cursos de aprendizaje administrativo; frecuentemente capacitan el recurso humano. Se destacó que al momento de realizar la encuesta el 70.2% de las microempresas de confecciones eran un negocio sostenible a corto y mediano plazo, el 19.9% estaba considerando reducir la nómina y el 9.9% había tomado la decisión de vender la microempresa, cerrar o declararse en quiebra acogiéndose a las normas de insolvencia comercial vigentes en el país.

Al determinar las barreras a las cuales se enfrentan los microempresarios a nivel financiero, administrativo, productivo y de márketing, en este estudio se encontraron las siguientes variables que afectan el éxito de dichas microempresas: muchas veces se enfrentan a limitantes de competitividad; las tasas de interés en el mercado financiero local son elevadas así como los costos de los servicios financieros; las implicaciones negativas del contrabando de materia prima, textiles y confecciones de contrabando; la falta de incentivos de parte del gobierno nacional para el sostenimiento de la microempresa; el enfrentar una sobrecarga tributaria y de parafiscales que le limita su proyección a largo plazo; y frecuentemente escucha sobre el negocio fallido de la competencia o cierre de sus negocios

En cuanto a las recomendaciones respecto a los hallazgos en esta investigación teniendo en cuenta la perspectiva del microempresario plasmada en las encuestas, se sugiere a los entes del Estado que se brinde un mayor apoyo a las microempresas del sector textil y especialmente se insta a la Cámara de Comercio que realice campañas masivas para efectuar capacitación no solo para el propietario, gerente o representante legal de la empresa sino que también involucre todo el factor humano de producción a fin de incentivar su participación en estudios o cursos de aprendizaje en cada área específica.

A los microempresarios se les sugiere involucrar el aspecto de la innovación y el uso de nuevas tecnologías para desarrollar estrategias de márketing y mercadeo que permitan un mayor reconocimiento de sus marcas y productos, evaluando la posibilidad de incursionar en el negocio de las tiendas Online.

A los Administradores de Empresas y a la academia se le recomienda que se realicen más estudios sobre este sector que aporta un porcentaje significativo a la economía nacional, teniendo en cuenta aquellas variables que podrían incidir en la posibilidad de que muchas microempresas se vean abocadas a cerrar sus negocios, identificando aquellas variables que inciden en esta decisión a partir de la experiencia vivida por otros microempresarios en el país y/o a nivel internacional.

8. REFERENCIAS

- Acosta, J. (2016). Así afectará el aumento del IVA a los colombianos. *Revista Semana*, 1-33. Recuperado de <http://www.semana.com/economia/articulo/reforma-tributaria-aumento-del-iva-consecuencias/510779>.
- Ahumada, L. (2001). *Teoría y cambio en las organizaciones: un acercamiento desde los modelos de aprendizaje organizacional*. Chile: Universitarias de Valparaíso. p. 1-209.
- Alzate, J.; Hernández, A. & Ramírez, D. (2014). ¿Por qué está perdiendo competitividad el sector textil colombiano?. *Revista Aprender en Línea*, 7(65):1-26. Recuperado de <https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/tgcontaduria/article/viewFile/323610/20780765>.
- Aragón, A.; Rubio, A.; Serna, A. & Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: un estudio de las MiPyMEs de Tabasco. *Revista Investigación y Ciencia*;47:4-12. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/674/67413393002/>.
- Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. (2017). Contexto económico de la MiPyME 2016 -2017. *Blog ACOPI*, 1-9. Recuperado de <http://acopibogota.org.co/2017/07/07/contexto-economico-la-mipyme-2017/>.
- Ávila, J. (2004). *Introducción a la economía*. México: Plaza & Valdés. p. 1-390.

- Babajide, A. (2011). A voluntary financial contributory scheme practiced in Ethiopia. *Global Journal Of Management And Business Research*, 21(1):1-11. Recuperado de <http://eprints.covenantuniversity.edu.ng/2489/1/Babajide%20A.%20A%201.pdf>.
- Bastos, L. (2010). La paridad cambiaria dólar/peso en la liquidez y rentabilidad de las MiPyMEs del sector de Confecciones en la ciudad de Cúcuta, años 2005-2008. *Revista Economía del Rosario*;22(2):1-126. Recuperado de <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/2202>.
- Bekele, E. & Worku, Z. (2008). Factors that affect the long-term survival of micro, small and medium enterprises in Ethiopia. *South African Journal Economic*, 76(3):548-568. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1813-6982.2008.00207.x/abstract>.
- Beltrán, A., Rodríguez, A. & Restrepo, C. (2011). *Encuentro Internacional de Investigadores en Administración*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. p. 1-3638.
- Boffi, S. (2013). Informalidad y precariedad laboral en el sector textil argentino. La situación de los talleres textiles. *Revista Avances de Investigación*, 13:1-21. Recuperado de http://www.academia.edu/28273532/Informalidad_y_precariedad_laboral_en_el_sector_textil_argentino_Boffi_2013.
- Botero, C. (2017). Sector textil-confección en jaque, ¿cuál es el futuro?. *Revista Dinero*, 1-28.

Recuperado de <https://www.dinero.com/edicion-impres/pais/articulo/crisis-del-sector-textil-y-confeccion-en-colombia-2017/249271>.

Burke, E. (2014). Estrategia, organización y negocios. *Blog Universidad Técnica Federico Santa María*, 1-45. Recuperado de <https://www.inf.utfsm.cl/~lhevia/asignaturas/sdeg/topicos/Gestion/cap1pdf.pdf>.

Camacho, D. (2014). Dominación económica, laboral y de género en la maquila de confecciones de tres grandes empresas de Medellín. *Trabajo de grado (Maestría en Sociología)*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. p. 1-129.

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2017). Sector textil: las transacciones por internet. *Diario El Espectador*, 1-5. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/la-tecnologia-digital-y-el-sector-textil-confeccion-juntos-en-colombiamoda-articulo-705001>.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). La Cámara de Comercio de Bogotá le apuesta al sector de textil confección. *Blog CCB*, 1-2. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/content/download/7209/97983/version/1/file/La+C%C3%A1mara+de+Comercio+de+Bogotá+le+apuesta+al+sector+de+textil+confección.pdf>.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). Directorio - Textiles - Confecciones de Paquete

Completo. *Blog CCB*, 1-2. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Directorio>.

Cancela, R.; Ceo, N.; Galindo G. & Garilla, C. (2010). Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto. *Blog Universidad Autónoma de Madrid*;1-19. Recuperado de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/EX-POST-FACTO_Trabajo.pdf.

Cardona, M.; Vásquez, J.; Montes, I. & Monsalve, E (2007). La micro, pequeña y mediana empresa (MiPyME) exportadora del sector textil confección en el Valle de Aburrá: hallazgos a partir de análisis de casos. *Revista Ecos de Economía*;25:188-216. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3290/329027261006/>.

Colombiamoda. (2017). La tecnología digital y el sector textil-confección, juntos en Colombiamoda. *Diario El Espectador*, 1-5. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/la-tecnologia-digital-y-el-sector-textil-confeccion-juntos-en-colombiamoda-articulo-705001>.

Confecámaras. (2017). *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*. Bogotá: Red de Cámaras de Comercio. p. 1-28.

Congreso de Colombia. (2004). Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre

promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial*. Bogotá, 45628:1-11.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2016). Censo Económico Multisectorial. *Blog DANE*, 1-44. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/component/search/?searchword=censo%20econ%C3%B3mico%20multisectorial&ordering=newest&searchphrase=any&limit=20>.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2016). Encuesta Anual de Comercio. *Boletín Técnico*, 1-17. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eac/bol_eac_2016.pdf.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2017). Encuesta mensual manufacturera. *Boletín Técnico Diciembre*, 1-13. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmm/bol_emm_dic17.pdf.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2008). Resolución 00432: por medio de la cual se establece la nueva clasificación de Actividades Económicas. *Diario Oficial*. Bogotá, 48298:1-330.

Domínguez, J. (2015). Pymes, gigantes pequeñas. *Revista Dinero*, 1-23. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/el-papel-retos-pymes-economia/210194>.

- Duque, J. (2017). Dos mil empresas de confección han cerrado sus puertas en Antioquia por crisis financiera. *Blog La FM*, 1-9. Recuperado de <https://www.lafm.com.co/economia/dos-mil-empresas-confeccion-cerrado-puertas-antioquia-crisis-financiera/>.
- Fernández, A. & Gómez, P. (2014). Factores claves de éxito y la competitividad de las empresas en el Valle del Cauca. *Trabajo de grado (Especialización en Mercadeo y Publicidad Internacional)*. Cali: Universidad ICESI. p. 1-148.
- Franco, M. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia. *Trabajo de grado (International Doctoral Programme In Entrepreneurship And Management)*. España: Universidad Autónoma de Barcelona. p. 1-287.
- Fuentes, S. (2012). Satisfacción laboral y su influencia en la productividad. *Trabajo de grado (Licenciado en Humanidades)*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar. p. 1-109.
- Gómez, E. (2017). Informe de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines. *Blog ModaEs Latinoamérica*, 1-3. Recuperado de <https://www.modaes.com/entorno/la-camara-colombiana-de-la-confeccion-se-suma-al-reclamo-de-la-industria-textil-del-pais.html>.
- Grupo Yacord Servicios Contables S.A. (2016). El internet de las micro y pequeñas empresas. *Blog GoSocket*, 1-10. Recuperado de <http://iofacturo.mx/tecnologia/el-internet-de-las-micro-y-pequenas-empresas>.

Howald, F. (2001). *Obstáculos al desarrollo de la Pyme causados por el Estado en Colombia: el caso del sistema tributario*. Caracas: FUNDES. p. 1-204.

Huérffano, M. (2013). Las cinco barreras del emprendimiento en América Latina. *Blog Colombia Inn*, 1-3. Recuperado de <http://colombia-inn.com.co/las-cinco-barreras-del-emprendimiento-en-america-latina/>.

Jaramillo, O. ().Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento y Gestión*;18:104-137. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/646/64601805/>.

Lacouture, M. (2017). Plan de desarrollo productivo para el sector de confecciones y de textiles. *Diario El Espectador*, 1-4. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/nueva-linea-de-credito-para-micro-y-pequenas-empresas-de-la-confeccion-articulo-704914>.

Lawrence, P. & Lorsch, J. (1991). *Desarrollo de organizaciones: diagnóstico y acción*. España: Addison-Wesley Iberoamericana. p. 1-113.

Lombana, J. & Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Revista Pensamiento y Gestión*, 26:1-38. Recuperado de

http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/Pensamiento%20y%20Gestion%2026.pdf.

Markham, S. (2012). The evolution of organizations and leadership from the ancient world to modernity: A multilevel approach to organizational science and leadership (OSL). *The Leadership Quarterly*, 23(6):1134-1151. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984312001002>.

Mata, J. (2016). Las 5 causas más frecuentes del fracaso empresarial. *Blog EmprenDeralia*, 1-3. Recuperado de <https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>.

Ministerio de Comercio. (2017). Las aprehensiones de contrabando de textiles en Colombia aumentaron un 20.9%. *Blog LegisComex*, 1-5. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/Documentos/aprehensiones-contrabando-textiles-colombia-aumentaron-jun-20-17-1not>.

Molina, D & Sánchez, A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Discover The World's Research*, 1-5. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/319176294_Obstaculos_para_la_micro_pequena_y_mediana_empresa_en_America_Latina.

Mora, E.; Vera, M. & Melgareo, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad

- de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Revista Estudios Gerenciales*;31:79-87. Recuperado de https://ac.els-cdn.com/S0123592314001600/1-s2.0-S0123592314001600-main.pdf?_tid=6ae0632c-13d8-4e72-8b21-fae600fadfae&acdnat=1527728780_966fde20c5bd187a64f48e17650017f1.
- Morales, M. (2006). Estrategias de mercadeo de las PYMEs del sector confección de la región zuliana. *Revista Ciencias Sociales*, 1(3):1-22. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000300007.
- Nicolaides, P. (2013). *Microfoundations of policy implementation: Towards european best practices*. Reino Unido: Routledge. p. 1-38.
- Peñaloza, M. & Dueñas, J. (2013). Internacionalización de las Pymes del sector textil, confección, diseño y moda en Bogotá, Colombia. *Revista de Economía & Administración*, 10(2):63-85. Recuperado de <http://www.uao.edu.co/sites/default/files/Peñalosa.pdf>.
- Pérez, M. (2015). Las consecuencias de prescindir de un Plan de Marketing para una Pyme. *Blog MGlobal*, 1-8. Recuperado de <https://mglobalmarketing.es/blog/las-consecuencias-de-prescindir-de-un-plan-de-marketing-para-las-pymes/>.
- Pulido, L. (2017). Cae valor incautado de contrabando de textiles y confecciones. *Diario El Colombiano*, 1-2. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/negocios/baja-valor->

incautado-de-contrabando-de-textiles-HX6275955.

Regalado, R. (2000). *Las MIPYMES en Latinoamérica*. Bogotá: Universidad El Bosque. p. 277.

Revista Dinero. (2015). ¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?. *Tendencias*, 1-34.

Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>.

Revista Dinero. (2016). Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia.

Tendencias, 1-23. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>.

Rey, G. & Suárez, A. (2010). Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá. *Trabajo de grado (Administrador de Empresas)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. p. 1-122.

Reyes, C. (2015). El 88% de los colombianos tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento.

Blog Sala de Prensa Universidad El Rosario, 1-2. Recuperado de <http://www.urosario.edu.co/sala-de-prensa/noticias/Generales/El-88-de-los-colombianos-tiene-una-actitud-positiv/>.

Ríos, D. & Martínez, D. (2015). Oportunidades competitivas para la empresa INDUDISE, a la

- luz del TLC entre Colombia y Estados Unidos. *Trabajo de grado (Maestría en Administración de Negocios)*. Bogotá: Universidad Autónoma de Manizales. p. 1-176.
- Rivera, M. (2015). La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: implicaciones jurídicas. *Blog Universidad Carlos II de Madrid*, 1-439. Recuperado de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf.
- Rubio, C. (2012). Gestión estratégica organizacional aplicada a las pymes constructoras en Colombia. *Trabajo de grado (Maestría en Creación y Dirección de Empresas)*. Madrid: Universidad de Nebrija. p. 1-55.
- Salazar, E. (2017). ¿Por qué el negocio textil colombiano enfrenta su hora más crítica?. *Diario El País*, 1-10. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/economia/por-que-el-negocio-textil-colombiano-enfrenta-su-hora-mas-critica.html>.
- Salinas, J. (2013). Problemática que afrontan las pequeñas y medianas empresas en Colombia por falta de un sistema de control. *Trabajo de grado (Especialista en Control Interno)*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. p. 1-128.
- Sánchez, J. (2015). Estacionalidad. *Blog Economipedia SL España*, 1-3. Recuperado de <http://economipedia.com/definiciones/estacionalidad.html>.
- Sánchez, J., & Ríos, A. (2013). Factores de éxito de la micro, pequeña y mediana empresa en

edad temprana; Caso Chihuahua. *Revista Investigación Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Chihuahua*, 1-7. Recuperado de <http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG30.pdf>.

Santana, L. (2017). Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: un análisis con modelos de duración. *Innovar*, 27(64):51-62. doi:10.15446/innovar.v27n64.62368.

Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá. (2007). Impulso al sector textil capitalino En Bogotá ya se han formado 14 redes con las que se pretende impulsar a los microempresarios del sector textil, de estratos 1, 2 y 3. *Revista Económica Portafolio*, 1-3. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/impulso-sector-textil-capitalino-bogota-han-formado-14-redes-pretende-impulsar-microempresarios-sector-textil-estratos-380142>.

Superintendencia de Sociedades. (2016). *Desempeño del sector textil-confección- Informe*. Bogotá: Delegatura de Asuntos Económicos y Contables. p. 1-31.

Supersociedades Grupo de Estudios Económicos y Financieros. (2016). *Comportamiento de las empresas más grandes por ingresos, del sector real las 1.000 más grandes bajo norma local y las 1.000 más grandes bajo norma internacional - Informe*. Bogotá: Delegatura de Asuntos Económicos y Contables. p. 1-30.

Tabares, P. (2011). Problemáticas organizacionales más recurrentes en los diagnósticos

organizacionales integrales de las empresas e instituciones del Estado de Guanajuato, en un periodo comprendido del año 2007 a 2011. *Trabajo de grado (Licenciado en Ciencias de la Comunicación)*. México: Corporación Universitaria Lasallista. p. 1-186.

Texis, M.; Aguilar, M. & Ramírez, J. (2015). Survival probabilities of low value added microenterprises. *Contaduría y Administración*, 61(3):551-567. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215001163>.

Torres, Z. (2014). *Teoría general de la administración*. 2 ed. México: Grupo Editorial Patria. p. 1-400.

Velázquez, F. (2000). El enfoque de sistemas y de contingencias aplicado al proceso administrativo. *Estudios Gerenciales*, 16(77):27-40. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v16n77/v16n77a02.pdf>.

Urrizola, C. (2002). HP Ayuda a las Pequeñas y Medianas Empresas a Prepararse para la Recuperación Económica. *Blog HP News*, 1-3. Recuperado de <http://www8.hp.com/co/es/hp-news/press-release.html?id=168998#.WorOQOjOVpY>.

Apéndice 1. Encuesta

Los estudiantes Sebastian Galindo Iovar y Jorge Andres Ramirez Charry de noveno semestre de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad El Bosque, están desarrollando una investigación bajo el título FACTORES ASOCIADOS A LA SUPERVIVENCIA DE LAS MICROEMPRESAS DE CONFECCIONES EN BOGOTÁ. A Usted lo hemos contactamos teniendo en cuenta la información suministrada por el Clúster Textil de la Cámara de Comercio de Bogotá del directorio de este tipo de empresas. Le agradecemos acepte participar respondiendo las siguientes preguntas. Los investigadores se comprometen a mantener la mayor confidencialidad posible de los datos que Usted suministre y se reafirma que los hallazgos solamente serán utilizados para efectos académicos. No se requiere firma ni nombre porque este cuestionario es anónimo. De antemano le agradecemos su colaboración.

Marque con un X la respuesta que considere correcta, según la atención que viene recibiendo.

Calidad del entrevistado: Propietario Gerente Representante Legal

Nº	Preguntas	Alternativas de respuesta
1	¿Ha tenido limitantes de carácter administrativo u organizacional dentro de su microempresa?	<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente <input type="checkbox"/> Frecuentemente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
2	¿Ha tenido limitantes a nivel de la competitividad?	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> Muchas veces
3	¿Ha recibido capacitación de los entes estatales (gobierno, alcaldía, Cámara de Comercio, Fenalco, ANDI, Colombiatex, EnColombia) para enfrentar situaciones difíciles en su microempresa?	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> Muchas veces
4	¿Ha tenido limitantes de carácter financiero?	<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente <input type="checkbox"/> Frecuentemente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
5	¿Ha considerado alguna vez el cierre definitivo de su microempresa?	<input type="checkbox"/> Casi siempre <input type="checkbox"/> Usualmente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
6	¿Cree importante realizar su propio plan de marketing y de comercialización de sus confecciones?	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente importante <input type="checkbox"/> De poca importancia <input type="checkbox"/> Sin importancia
7	¿Cree que la tecnología juega un papel importante en su microempresa?	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
8	¿Desde su experiencia ha conocido a algún microempresario que haya fracasado con una microempresas de confecciones en Bogotá?	<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente <input type="checkbox"/> Frecuentemente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
9	¿Aplica la innovación en los procesos de su organización?	<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente <input type="checkbox"/> Frecuentemente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca

10	¿Con que frecuencia realiza la planeación estratégica en la organización?	<input type="checkbox"/> Casi siempre <input type="checkbox"/> Usualmente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
11	¿Cree usted que las tasas de interés que ofrece el mercado financiero son muy altas respecto a su poder económico?	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
12	¿El factor de recursos humanos en su microempresa recibe capacitaciones en el transcurso del año?	<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente <input type="checkbox"/> Frecuentemente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
13	¿Considera que actualmente ha alcanzado el factor económico deseado de su negocio?	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
14	¿La presencia de productos de contrabando extranjeros ha sido un factor crítico para el desarrollo de su microempresa?	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
15	¿Existe mucha rivalidad en el sector para su negocio?	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
16	¿Realiza estudios o cursos con frecuencia para mejorar su aprendizaje administrativo?	<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente <input type="checkbox"/> Frecuentemente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
17	¿Existe algún tipo de incentivo por parte del gobierno nacional para el sostenimiento de su microempresa?	<input type="checkbox"/> Casi siempre <input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> Nunca
18	¿Considera que su negocio presenta una sobrecarga tributaria y de parafiscales que limita su proyección a largo plazo?	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo

Según su criterio al momento de esta encuesta Usted considera que su microempresa es:

- Un negocio sostenible a corto y mediano plazo
- Está considerando reducir la nómina
- Ya tomó la decisión de vender la empresa, cerrar o declararse en quiebra acogiéndose a las normas de insolvencia comercial vigentes en Colombia.

VITA: Sebastián Galindo Tovar

VITA: Jorge Andrés Ramírez Charry