



Artículo de investigación científica

Perfil competitivo en empresas de tercerización especial para la cadena productiva de confección infantil en Bucaramanga, Santander 2013.

Competitive profile in special outsourcing companies for the production chain of children's clothing in Bucaramanga, Santander 2013.

Tommys Palencia Tapia¹

Tommys.palencia@curn.edu.co

Ana Milena Valdés Peña²

annyvaldes_4@hotmail.com

Henry Hurtado Bolaños³

Henry.hurtado@unad.edu.co

Resumen

Existen factores que llevan a la competitividad de las empresas y que impulsan el crecimiento de la economía de algunas regiones y/o países, por tanto, debe ser incluido como estrategia de gestión en todos los sectores de la industria, sin importar el tamaño o actividad que se realice; en este sentido las empresas de tercerización ubicadas dentro de la cadena productiva de confección infantil de la ciudad de Bucaramanga, como es el caso de las micro y medianas empresas que desarrollan actividades de estampación, lavandería, accesorios, bordados o manualidades, no están ajenas a la competencia y por tanto, deben buscar herramientas de gestión que les permitan crecer y competir a mayor escala. La investigación realizada al sector de confecciones de ropa infantil y su utilización de estos servicios, muestra el estado de competitividad que estas empresas poseen y los elementos estratégicos que utilizan, tales como manejo de una cultura empresarial, cumplimiento de normativas internacionales, formas de asociación empresarial, uso de tecnologías, preparación del recurso humano y formalización del negocio.

¹ Magíster en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional a Distancia - UNAD, Administradora de Empresas Universidad de Cartagena. Actualmente docente de la Corporación Universitaria Rafael Núñez de Cartagena. Email: tommyspal@hotmail.com. Celular: 3126678075.

² Magíster en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional a Distancia - UNAD. Especialista en Planeación, Administración y Desarrollo de la Investigación de la Universidad Manuela Beltrán - UMB. Profesional en Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina - FUA. Actualmente docente investigadora de la Universidad Manuela Beltrán – ITAE, Líder grupo de investigación en Artes, Comunicación y Diseño – GIACODI. Emails: annyvaldes_4@hotmail.com, ana.valdes@itae.edu.co. Celular: 3183835410.

³ Magíster en Ciencias de la Organización, Especialista en Administración de Salud, Administrador de Empresas de la Universidad del Valle - UNIVALLE. Actualmente docente investigador de la Universidad Nacional a Distancia – UNAD, grupo de investigación TECNOGÉNESIS. Email: Henry.hurtado@unad.edu.co. Celular: 3182915151.



Palabras claves: Estrategia, tercerización, gestión, escala, asociación.

Abstract.

There are facts that bring out competitiveness of companies and driving the growth of the economy of some region or countries, therefore, should be included as strategy in all sectors of industry, regardless of size or activity carried out; in this sense the outsourcing companies located within the productive chain of children's clothing in the city of Bucaramanga, as in the case of micro, small and medium-sized enterprises that develop activities of stamping, laundry, accessories, embroidery or crafts, are not unrelated to the competition and should therefore seek management tools that allow them to grow and compete on a larger scale. Research carried out on the sector of clothing of children's clothing and your use of these services, displays the status of competitiveness that companies possess and the strategic elements that use, such as management of an business culture, compliance with international regulations, forms of business association, use of technology, preparation of human resource and formalization of business.

Key words: Strategy, outsourcing, management, scale, association.

Introducción

El concepto de competitividad, según Benzaquen et al (2010) remonta sus inicios a tres siglos atrás, cuando se comenzaron a gestar las teorías del comercio, hoy día no existe acuerdo definido sobre este concepto y por tanto una forma concreta de establecer su medición.

Lotero et al (2009), citados por Santiago (2012), han buscado hacer un acercamiento al concepto de competitividad manifestando que se encuentra asociado con la capacidad que tienen las economías para cumplir con la producción de bienes y servicios que requieren los mercados nacionales e internacionales, generando a su vez altas tasas de crecimiento y altos niveles de bienestar en la población. Esta definición indica, que al aumentar su capacidad de participación en el mercado, una región podrá desplazar a otra total o parcialmente y esto incidirá en el ingreso de sus pobladores.

Por otro lado, el gobierno nacional ha establecido lineamientos para el logro de la competitividad y la ha definido en el CONPES 3439 (2006, p.31) como:

la capacidad de producir bienes y servicios que compitan exitosamente en mercados globalizados, generen crecimiento sostenido en el largo plazo y contribuyan de esa manera a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes. Está relacionada con múltiples factores que condicionan el desempeño de las actividades productivas, como la infraestructura, los recursos



humanos, la ciencia y la tecnología, las instituciones, el medio ambiente y el entorno macroeconómico.

De igual forma, Benzaquen et al (2010) manifiestan que la competitividad parte de la teoría económica moderna, la cual se encuentra representada por el modelo de la ventaja competitiva de las naciones, también conocido como “el diamante de la ventaja nacional” de Michael Eugene Porter.

Porter (1991), citado por Santiago (2012), expresa que la ventaja competitiva se determina por la elección que haga una firma con base en la industria, su posicionamiento y la configuración de sus actividades en una proposición de valor y los resultados del mercado, pero debe tenerse en cuenta que existen fuerzas externas que van en contraposición a la posición inicial del mercado, la ubicación de sus competidores, la estructura del sector y la estructura interna de la organización; de acuerdo con este último concepto, se debe tener presente que para medir la competitividad en Colombia, la Ley 905 de 2004 ha definido la estructura económica y de personal a las Mipymes; en tal sentido, las microempresas serán aquellas que posean menos de 10 empleados y activos menores a 500 salarios mínimos legales vigentes; las pequeñas empresas entre 11 y 50 empleados y activos entre 501 y menos de 5000 salarios mínimos legales vigentes y medianas las que tengan entre 51 y 200 empleados y activos entre 5001 y 30000 salarios mínimos legales vigentes.

El 98.8 % del total de empresas existentes en Colombia corresponde a micro, pequeñas y medianas empresas, y solamente el restante 1.2% son consideradas como grandes compañías. Las denominadas Mipymes generan el 62% del empleo nacional, aportan el 37% del Producto Interno Bruto y el 40% de la producción industrial de nuestro país (Jaimes, 2012). Según la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2013) a 2012 se encuentran constituidas 14.264 empresas distribuidas en los 81 municipios de Santander, ubicadas en los diferentes subsectores de la economía, de las cuales 1.065 corresponden al sector industrial (22,3% alimentos, 6,6% muebles., 7,9% metales, 13.2% calzado, 19,7% confecciones y 30.3% otros).

En tal sentido, Beltrán, Torres, Camargo, y Bello (2004, p. 47-53), han realizado estudios sobre la competitividad de los sectores económicos de Colombia, definiendo aspectos específicos para las Mipymes como son: Apertura, Tecnología, Gerencia, Finanzas, Gobierno, Infraestructura, Mercado Laboral, Desarrollo institucional, Medio ambiente, Mercados y Mercadeo, los cuales serán tenidos en cuenta para esta investigación; sin embargo Cepeda (2010, p. 28) en el Documento de trabajo sobre economía regional, realizado para la ciudad de

Bucaramanga, expresa, que la Comisión Económica para América Latina, identificada por sus siglas CEPAL, ha establecido unos indicadores para medir la competitividad a través de todos los sectores económicos de esta región, involucrando de paso la ciudad de Bucaramanga, a través de seis factores: 1) la fortaleza de la economía, 2) capital humano, 3) infraestructura, 4) finanzas públicas, 5) ciencia y tecnología, y 6) medio ambiente.

Gómez (2012, p. 2) menciona, que la competitividad de la región Santandereana está soportada en el crecimiento empresarial, la educación, desarrollo tecnológico, fomento del agro y fortalecimiento del sector productivo, posicionando a esta región en el cuarto lugar de la economía nacional.

El departamento de Santander (Gómez 2011, p. 1), se caracteriza por ser una región estratégica, dada su ubicación geográfica y riqueza natural; el sector productivo se define por la variedad de actividades económicas entre las que se desatacan el comercio, servicios e industria. Planeación (2007) e IMEBU (2010), citados por Gómez (2011, p. 2), presentan a Santander como tierra que genera e impulsa actividades económicas en las que se destacan la joyería, la confección, el calzado, los dulces procesados, las artes gráficas, avícola, lácteos, etc. las cuales hacen parte del rubro de manufactura. En cuanto a servicios participa en la producción de confecciones nacionales, donde se ubica en el quinto lugar con una participación del 2,4% de la producción total, trayendo consigo que durante más de dos siglos el departamento de Bucaramanga haya sido considerado pionero de esta industria.

Gómez (2012) resalta que en la industria de las confecciones se desarrollan aquellas actividades, cuya función es transformar la materia prima en una prenda de vestir o un artículo confeccionado. En este mismo sentido la Revista Actividades Económicas (2012) menciona que en el subsector textil se dinamiza a través de la fabricación de productos, preparación e hilatura de fibras, tejeduría de productos, acabado de productos (no producidos en la misma unidad de producción, pinturas, decoloración, etc.), confección de artículos con materiales textiles (no producidos en la misma unidad de producción), fabricación de tapices y alfombras para pisos, fabricación de cuerdas, cordeles, cables, bramantes y redes, fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y fabricación de otros artículos textiles.

Las empresas que se dedican a esta actividad producen diferentes líneas de productos y buscan la especialidad en la fabricación de prendas de hombre, dama, niño, niña y bebé (Gómez 2012, p.2).



Tomando de manera específica la confección de ropa infantil, el clúster en su cadena productiva, destaca, que está conformando por la distribución y comercialización de dichos productos así como el número de establecimientos de venta directa de los mismos, que representan el 67% del tejido empresarial del clúster. De acuerdo con Martínez, Pérez y Figueroa (2011), a mayo de 2011, este clúster cuenta con una estructura empresarial de 1312 empresas.

La fabricación de prendas de vestir es una tradición de esta región, a la cual se dedican familias enteras que han venido heredando el conocimiento de generación en generación; al respecto, Gómez (2012) realza, que la actividad realizada por las bordadoras de Zapatoaca, armadoras de Floridablanca, cortadoras de Piedecuesta, han contribuido con la ampliación de la capacidad instalada de las empresas dedicadas a esta actividad; y de acuerdo con investigaciones realizados por la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander (UIS), con la codirección del Centro de Desarrollo Productivo (CDP) de Confecciones, hasta diciembre del 2012, contaban con un total de 878 industrias.

Alrededor del eslabón de la confección se han desarrollado empresas denominadas de Tercerización de Operaciones Especiales (ETOE) o Outsourcing; y de acuerdo con Schneider (2004, p.31), este tipo de empresas involucran una reestructuración sustancial de una actividad particular de la empresa, que incluye frecuentemente, la transferencia de la operación de procesos de central importancia pero no directamente vinculado con las actividades racionadas con su objetivo, las cuales serán distintivas de la empresa hacia un proveedor especialista; en el caso específico del sector de confecciones Martínez, Pérez y Figueroa (2011) manifiestan que este tipo de empresas prestan servicios de soporte a la aglomeración empresarial de la confección infantil, especializados en lavado, tinte y acabados, maquila, diseño y corte, entre otros; los cuales son subcontratados con el respectivo monitoreo de fabricación del producto. Dentro de estos se resaltan los siguientes: Diseño y corte, dentro de la cadena se ubican alrededor de 7 empresas, las cuales son 100% microempresas; para el Lavado, Tinte y Acabados, se han ubicado 9 empresas (100% son microempresas y Maquila) dentro de los talleres satélites de algunas empresas del eslabón de confección infantil, que operan en tejidos, estampados y acabados donde participan 42 empresas (100% micro).

Metodología

El corte de la presente investigación fue cuantitativo con alcance descriptivo, realizado durante el primer semestre de 2013 a Empresas de Tercerización Especial para la Cadena Productiva de Confección Infantil en Bucaramanga, Santander, con el fin de identificar y detallar el nivel de las Mipymes del municipio y el concepto de competitividad vinculado directamente con la habilidad de éstas para operar rentable y eficientemente en el eslabón de la industria textil – confección.

El Tipo de investigación presente en el estudio de los factores de competitividad realizado a las microempresas, se consideró como no experimental, ya que para condensar la información los investigadores impactaron la realidad social empresarial mediante la observación directa, haciendo uso del instrumento encuesta con información específica y diseñada con base en dos variables de la investigación: la primera contiene los siete (7) factores de competitividad derivados de los conceptos de Michael Porter, y la segunda, formada a partir de tres elementos para categorizar la población objetiva del estudio: base de datos financiera con registro en la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB), actividad económica en función de la confección infantil y tamaño de la empresa, establecida entre 1 y 50 empleados acorde con la ley 905 de 2004.

Fase 1: *La recolección de datos de la micro empresas.* Se genera a partir de los términos de referencia de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB), y estableciendo como sector de único interés el de la línea infantil de la industria textil – confección del área metropolitana, en un solo momento y tiempo, lo cual es acorde al diseño de investigación transversal, que tiene como principal propósito el de describir las variables y analizar su interrelación con el accionar de las Mipymes seleccionadas como unidades con homogeneidad en sus rasgos empresariales, y determinadas para el diseño muestral efectuado según los conglomerados: personería natural, sociedad limitada, sociedad por acciones simplificada, y unipersonal para la obtención de resultados que se dirigen a su caracterización competitiva.

Fase 2: *Calificación de las empresas.* Permite el reconocimiento de las áreas susceptibles de medición; la segunda variable que hace posible la estratificación de conglomerados específicamente para el diseño muestral, parte de la misma base de datos de la CCB, de donde se establecen las Mipymes registradas bajo el código CIIU N°1410, Confección de prendas de vestir excepto prendas de piel, con un total de población finita conformada por 58 empresas seleccionadas y determinadas según su razón jurídica y de actividad comercial hacia el subsector de confección infantil, de las cuales se encontró que 44 empresas se registran como persona natural, 6 empresas como sociedad limitada, 6 como sociedades por acciones simplificadas (S.A.S) y 2 como unipersonales, a partir del margen de 626 empresas, entorno a la confección de prendas de vestir en general. En función del establecimiento de las unidades muestrales se determinaron solo las Mipymes que según la normativa nacional vigente se encuentran



bajo un número de empleados entre 1 y 50, ya que fue ese el rango que presentaron las empresas susceptibles de cumplir la función de tercerización dentro del sector.

Frente al proceso de medición de los factores de competitividad en las Mipymes establecidas para la aplicación del instrumento y la recolección de datos, se diseñó una encuesta dirigida a personal con cargo de dirección, con estructura cerrada y conteo numérico de afirmaciones con un total de 70, 10 para responder por parte del encuestado por factor de competitividad señalado, de acuerdo con la escala de Likert a partir de la siguiente valoración: TD: Total desacuerdo, D: Desacuerdo, NS: No sabe, A: Acuerdo y TA: Total Acuerdo. Dentro las unidades muestrales del conglomerado, se determinó aplicar el muestreo probabilístico teniendo en cuenta que el cálculo de la muestra se hizo con un margen de 95% de confiabilidad, y un margen de error del 5%, con una variabilidad del 50%, por lo que se define que el total de la población a encuestar es de 50 empresas, ver en la tabla N°1 la distribución.

Tabla N°1.

Estratificación de la población de estudio.

Población estratificada	Rango total de población según variable 2	Conglomerado	Fórmula Calculo muestral
persona natural	44	39	$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^2 \times p \times q}$
Soc. Limitada	6	5	
SAS	6	4	
Unipersonal	2	2	
Total	58	50	

Fuente: los autores del artículo

Como lo indica la descripción de la tabla N°1. Estratificación de la población de estudio, se designaron para la aplicación del instrumento 39 empresas unipersonales, 5 empresas sociedades limitadas, 4 empresas de sociedad por acciones simplificadas y 2 empresas unipersonales.

Fase 3: *El desglose de los resultados.* Para el cumplimiento de la tercera fase en la investigación, que constituyó el *Mapeo por factores y áreas de las empresas con componentes gráficos* se proyectó mediante el proceso de tabulación sistemática, tratada por medio del programa SPSS con generación de tablas de frecuencia, acompañado del análisis descriptivo de la información y la aplicación de la prueba chi-cuadrado con el fin de observar la correlación entre las variables de factores medidos.



Desarrollo

Con relación a la primera variable, *factores de competitividad* (Porter, 1998) establecidos para el estudio según el acopio de aspectos a conveniencia de la metodología Mapa de Competitividad auspiciada por el BID y elaborada por el centro de desarrollo empresarial de la universidad ICESI, se amplían a continuación los resultados de cada factor considerado como susceptible de medición en las Mipymes estimando la medida de las ETEOE de confección infantil de Bucaramanga, dadas las circunstancias económicas del sector confección en el municipio, y estimando la media geométrica de las observaciones obtenidas entre los nueve (9) y diez (10) ítems por cada factor de cada uno de los siete determinados: *Apertura, Gobierno, Finanzas, Infraestructura, Tecnología, Gerencia, y Mercadeo*, el cual se promedió por factor sobre las medias geométricas. De esta manera, el desempeño de cada nivel es el promedio del desempeño de todos los factores del mismo nivel. El desempeño de los factores y niveles de la competitividad en las Mipymes se graficaron dentro de dos límites llamados límites máximos y mínimos de desempeño frecuente de manera porcentual. En primer orden, de acuerdo con la tabla N°2 y el gráfico N°1 dentro del *factor la Apertura*, en forma general se observa un gran desconocimiento en las empresas por los factores que son relevantes en el primer (1) ítem, lo anterior se encuentra mucho más marcado en las empresas con personería jurídica natural seguida por las sociedades limitadas. En las SAS es donde muestra menos variabilidad.

Tabla N°2.
Medición Frecuencia del factor Apertura.

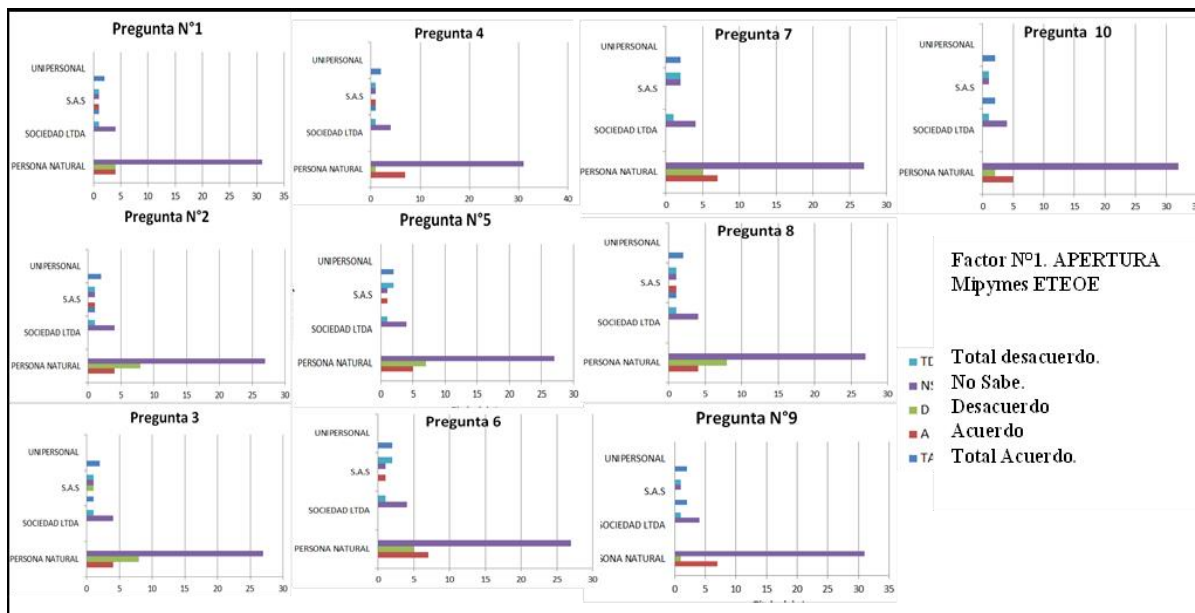
FACT	N°1	PERSONA NATURAL				SOCIEDAD LTDA				S.A.S				UNIPERSONAL				FACT	N°1	PERSONA NATURAL				SOCIEDAD LTDA				S.A.S				UNIPERSONAL			
		¿?	V	%	CASOS	%	CASOS	%	ACTM	%	CASOS	%	ACTM	%	CASOS	%	ACTM			¿?	V	%	CASOS	%	ACTM	%	CASOS	%	ACTM	%	CASOS	%	ACTM		
1	TA	0	0	0	0	0	0	25	1	75	100	2	100	6	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	2	100					
	A	10	4	10,3	0	0	25	1	25	0	0	0	0		A	18	7	17,9	0	0	0	25	1	25	0	0	0	0	0						
	D	10	4	20,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0		D	13	5	30,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
	NS	80	31	100	80	4	80	25	1	50	0	0	0		NS	69	27	100	80	4	80	25	1	50	0	0	0	0	0	0	0				
	TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0	0		TD	0	0	0	20	1	100	50	2	100	0	0	0	0	0	0	0				
	TOTAL	100	39	100	5	100	4	100	2	100	2	TOTAL	100		39	100	5	100	4	100	2	100	2												
2	TA	0	0	0	0	0	25	1	75	100	2	100	7	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	2	100								
	A	10	4	10,3	0	0	25	1	25	0	0	0		A	18	7	17,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
	D	21	8	30,8	0	0	0	0	0	0	0	0		D	13	5	30,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
	NS	69	27	100	80	4	80	25	1	50	0	0		NS	69	27	100	80	4	80	50	2	50	0	0	0	0	0	0						
	TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0		TD	0	0	0	20	1	100	50	2	100	0	0	0	0	0	0						
	TOTAL	100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL	100	39		100	5	100	4	100	2																
3	TA	0	0	0	0	0	25	1	75	100	2	100	8	TA	0	0	0	0	0	25	1	75	100	2	100										
	A	10	4	10,3	0	0	0	0	0	0	0	A		10	4	10,3	0	0	25	1	25	0	0	0	0	0									
	D	21	8	30,8	0	0	25	1	25	0	0	0		D	21	8	30,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
	NS	69	27	100	80	4	80	25	1	50	0	0		NS	69	27	100	80	4	80	25	1	50	0	0	0	0	0							
	TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0		TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0	0	0	0							
	TOTAL	100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL	100	39		100	5	100	4	100	2																
4	TA	0	0	0	0	0	25	1	75	100	2	100	9	TA	0	0	0	0	0	50	2	75	100	2	100										
	A	18	7	17,9	0	0	25	1	25	0	0	A		18	7	17,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
	D	2,6	1	20,5	0	0	0	0	0	0	0	D		2,6	1	20,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
	NS	80	31	100	80	4	80	25	1	50	0	0		NS	80	31	100	80	4	80	25	1	25	0	0	0	0								
	TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0		TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0	0	0								
	TOTAL	100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL	100	39		100	5	100	4	100	2																
5	TA	0	0	0	0	0	0	0	100	2	100	10	TA	0	0	0	0	0	50	2	75	100	2	100											
	A	13	5	12,8	0	0	25	1	25	0	0		A	13	5	12,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
	D	18	7	30,8	0	0	0	0	0	0	0		D	5,1	2	17,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
	NS	69	27	100	80	4	80	25	1	50	0		0	NS	82	32	100	80	4	80	25	1	25	0	0	0	0								
	TD	0	0	0	20	1	100	50	2	100	0		0	TD	0	0	0	20	1	100	25	1	100	0	0	0	0								
	TOTAL	100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL	100		39	100	5	100	4	100	2																

Fuente: los autores del artículo.



Gráfico N°1.

Representación gráfica de la medición factor Apertura para las ETEOE.



Fuente: los autores del artículo.

Según los preceptos que rigen a una empresa para el proceso de exportación de la integración económica en los mercados regionales e internacionales es la globalización, promoción, y financiación, tales como el grado de manejo de la empresa en el comercio y la inversión extranjera, cada empresa debe tener la capacidad de determinar los costos que tienen las materias primas, insumos y los productos nacionales frente a las exportaciones que se realizan en el extranjero, teniendo en cuenta también el certificado de origen de los productos que se exportan. De la misma manera, la Mipyme debe solicitar apoyo para conocer los mercados extranjeros potenciales tanto de organismos privados como gubernamentales, dando conferencias a los empleados para que tengan conocimiento de lo que se está elaborando en el proceso de exportación.

En segundo orden, el factor Gobierno, de acuerdo con la tabla N°3 y el gráfico N°2, proyecta a partir de los resultados que en gran medida en las empresas, a pesar de que el gobierno brinda diversos recursos, apoyos para el crecimiento de la empresa estos no son aprovechados básicamente por el desconocimiento de los mismos, se hace necesario vincular más al sector empresarial ya sea por medio de entidades que les permitan estar a la vanguardia de todo lo relacionado con convocatorias y actualización. Tiene como objetivo principal establecer los parámetros de mayor eficiencia laboral tanto del sector público como privado, y se aproxima en la medición a determinar el nivel de apoyo e intervención del Estado en la economía, las políticas y sistemas fiscales que facilitan o limitan los recursos disponibles para la inversión privada. La parte de los impuestos, es muy compleja, el país



En las empresas en general y en especial aquellas con personería jurídica natural, se observa que pueden acceder a los créditos financieros, se preocupan por mantener un buen historial crediticio, sin embargo hace falta contrastar esta inversión con los resultados obtenidos a corto, mediano y largo plazo, para justificar dicha inversión. Por otra parte, las empresas sienten poco apoyo del gobierno en cuanto a los beneficios que reciben por dicho proceso. Se observa por otro lado en la tabla N°5 y el grafico N°4 con relación al *factor Infraestructura*, que es necesario reestructurar la forma cómo se están llevando a cabo los procedimientos de evaluación de las tareas de la empresa, esto con miras de mejorar la producción, estabilidad y rendimiento de la empresa.

Teniendo en cuenta los diferentes tipos de preguntas respecto a la opinión y conocimiento de los diferentes tipos de asociaciones haciendo un comparativo respecto de las preguntas N°1 y 2, ya que tienen características acordes debido a que se habla por un lado de las herramientas de comunicación para un libre desarrollo del mercado y por otra parte de la calidad de los servicios prestados a la sociedad, se considera que para ser reconocido en el mercado por buena calidad y servicio al ciudadano, se debe tener excelente comunicación con el cliente, he ahí la contradicción que se encuentra por parte de las empresas unipersonales que aclaran a partir de los datos que la comunicación entre empresas y proveedores es totalmente mala mientras que por otra parte el servicio es excelente. Como versa en el encabezado sobre la *Infraestructura*, debe haber total organización y vigilancia por parte del servicio transportador para realizar entregas oportunas, velar por el cuidado del vehículo, de la mercancía y del medio ambiente, y ello requiere del uso de GPS para controlar el rastreo y las posiciones del vehículo frecuentemente, esto con tal de cumplir con la norma BASC. Adicionalmente, debe haber comprensión tanto del cliente importador, como del que transporta la mercancía, ya que repetidas veces necesitan suma urgencia en la entrega del destinatario, y esto puede generar accidentes para el conductor y daños en el vehículo automotor.

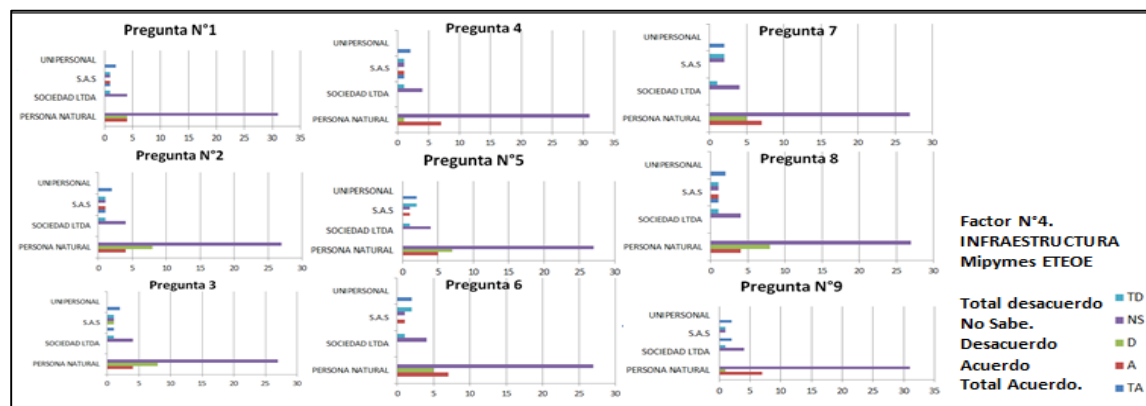


Tabla N°5.
Medición Frecuencia del factor Infraestructura

FACT	N°4	PERSONA NATURAL				SOCIEDAD				S.A.S				UNIPERSONAL				FACT	N°4	PERSONA NATURAL				SOCIEDAD				S.A.S				UNIPERSONAL			
		V	%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM			%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM	%	CASOS	% ACUM				
1	TA	0	0	0	0	0	0	0	25	1	100	100	2	100	6	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	1	100					
	A	41	16	41	0	0	0	25	1	25	0	0	0	0		A	26	10	25,6	0	0	0	50	2	50	0	0								
	D	26	10	66,7	0	0	0	25	1	50	0	0	0	0		D	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
	NS	33	13	100	100	5	100	25	1	75	0	0	0	0		NS	74	29	100	100	5	100	50	2	100	50	1	50							
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2																
2	TA	0	0	0	0	0	0	0	100	2	100	7	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
	A	46	18	46,2	40	2	40	0	0	0	0		0	0	A	74	29	74,4	80	4	80	50	2	50	100	2	100								
	D	15	6	61,5	0	0	0	25	1	25	0		0	0	0	D	0	0	0	0	0	0	50	2	100	0	0								
	NS	39	15	100	40	2	80	75	3	100	0		0	0	0	NS	26	10	100	20	1	100	0	0	0	0	0								
	TD	0	0	0	0	20	1	100	0	0	0		0	0	0	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2																
3	TA	0	0	0	0	0	0	0	100	2	100	8	TA	2,6	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
	A	46	18	46,2	0	0	0	0	0	0	0		0	0	A	33	13	33,3	0	0	0	0	0	0	50	1	50								
	D	41	16	87,2	0	0	0	50	2	50	0		0	0	0	D	0	0	0	0	0	0	50	2	50	0	0								
	NS	13	5	100	80	4	80	25	1	75	0		0	0	0	NS	64	25	97,4	100	5	100	50	2	100	50	1	100							
	TD	0	0	0	0	20	1	100	25	1	100		0	0	0	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2																
4	TA	0	0	0	40	2	100	25	1	75	100	2	100	9	TA	7,7	3	100	0	0	0	25	1	100	50	1	100								
	A	26	10	25,6	20	1	20	0	0	0	0	0	0		A	49	19	48,7	80	4	80	50	2	50	50	1	50								
	D	15	6	41	0	0	0	25	1	25	0	0	0		0	D	26	10	74,4	0	0	0	0	0	0	0									
	NS	59	23	100	40	2	60	25	1	50	0	0	0		0	NS	18	7	92,3	20	1	100	25	1	75	0	0								
	TD	0	0	0	0	0	0	25	1	100	0	0	0		0	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2																
5	TA	0	0	0	0	0	0	25	1	25	100	2	100																						
	A	21	8	20,5	20	1	20	0	0	0	0	0	0																						
	D	0	0	0	0	0	0	25	1	25	0	0	0																						
	NS	80	30	100	80	4	100	25	1	25	0	0	0																						
	TD	0	0	0	0	0	0	25	1	25	0	0	0																						
TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2	TOTAL		100	39	100	5	100	4	100	2																

Fuente: los autores del artículo.

Gráfico N°4.
Representación gráfica de la medición factor Infraestructura para las ETEOE.



Fuente: los autores del artículo.

En cuanto al uso de *la tecnología como factor*, según se observa en la tabla N°6 y el gráfico N°5, es necesario reevaluar si la que se está usando está a la vanguardia, se observa un desconocimiento, no hay un punto de referencia para establecer si la tecnología usada en la empresa SAS es mejor que la usada por la de una con personería natural o sociedad Ltda., o en general con cualquier tipo de empresa. Si tenemos en cuenta las preguntas N° 4 y 6, son de mayor relevancia en el factor *Gerencia*, ya que en estas nos muestran los contrastes en cada una de ellas; la pregunta N°4, en la cual se mide el factor de productividad pero teniendo en cuenta un tiempo, mientras que en la pregunta N°5 se deja todo a la experiencia.



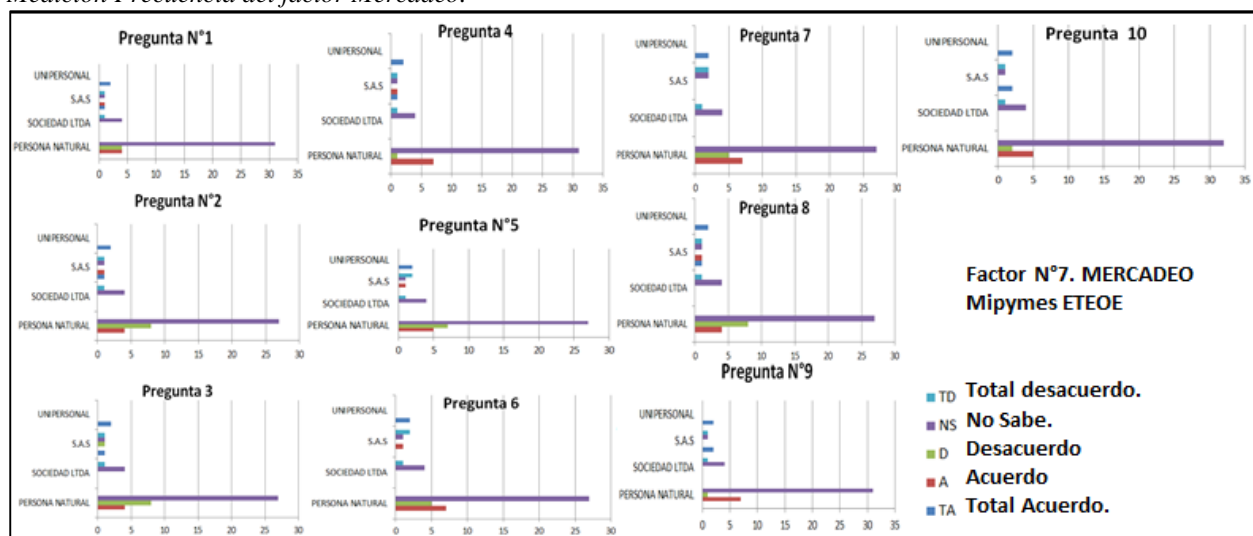
Finalmente frente *al factor Mercadeo* en general, según se observa en la tabla N°8 y el grafico N°7, las empresas evidencian que muy pocas tienen sistematizado el proceso de producción, por lo que esto puede ser un factor que no les permite posicionarse en el mercado, no les permite cumplir sus metas. Sin embargo, un factor que se preocupan por atender en cierta medida es el relacionado con las quejas y reclamos.

Tabla N°8.
Medición Frecuencia del factor Mercadeo.

FACT	N°7	PERSONA NATURAL					SOCIEDAD					S.A.S					UNIPERSONAL				
		V	%	CASOS	%ACUM	M	%	CASOS	%ACUM	%	CASOS	%ACUM	%	CASOS	%ACUM	%	CASOS	%ACUM			
1	TA	74	29	100	40	2	100	75	3	100	100	2	100	0	0	0	0	0	0		
	A	26	10	25,6	60	3	60	25	1	25	0	0	0	0	0	0	0	0			
	D	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
2	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	26	10	25,6	20	1	20	75	3	75	0	0	0	0	0	0	0	0			
	D	10	4	35,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	64	25	100	80	4	100	25	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
3	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	46	18	46,2	60	3	60	0	0	100	2	100	0	0	0	0	0	0			
	D	0	0	0	0	0	0	25	1	25	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	54	21	100	40	2	100	50	2	75	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
4	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	18	7	17,9	0	0	0	25	1	25	0	0	0	0	0	0	0	0			
	D	23	9	41	0	0	0	50	2	75	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	59	23	100	100	5	100	25	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
5	TA	0	0	0	0	0	0	25	1	100	100	2	100	0	0	0	0	0			
	A	10	4	10,3	60	3	60	50	2	50	0	0	0	0	0	0	0	0			
	D	2,6	1	12,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	87	34	100	40	2	100	25	1	75	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
6	TA	77	30	100	100	5	100	100	4	100	100	2	100	0	0	0	0	0			
	A	21	8	20,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	D	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	2,6	1	23,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
7	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	46	18	46,2	0	0	0	75	3	75	100	2	100	0	0	0	0	0			
	D	49	19	94,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	5,1	2	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
8	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	10	4	10,3	60	3	60	50	2	50	100	2	100	0	0	0	0	0			
	D	5,1	2	15,4	0	0	0	25	1	75	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	85	33	100	40	2	100	25	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
9	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	10	4	10,3	0	0	0	25	1	25	0	0	0	0	0	0	0	0			
	D	2,6	1	12,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	87	34	100	100	5	100	75	3	100	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				
10	TA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	A	10	4	10,3	0	0	0	50	2	50	100	2	100	0	0	0	0	0			
	D	44	17	53,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	NS	23	9	76,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	TD	23	9	100	40	2	100	50	2	100	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL	100	39		100	5		100	4		100	2		100	39		100	4				

Fuente: los autores del artículo.

Gráfico N°7.
Medición Frecuencia del factor Mercadeo.



Fuente: los autores del artículo.



Por lo anterior, se considera que las empresas deben invertir en tecnología para producir productos de mayor calidad y así conseguir o posibilitar la posesión de la marca para el reconocimiento de los clientes, y la experiencia en el mercado para confiabilidad del cliente, dado que las empresas poco se dedican a investigar sobre las premisas de necesidad y satisfacción en los clientes.

Conclusiones

La población encuestada en el desarrollo de esta investigación está conformada por un total de 50 empresas, de las cuales el 78% son personas naturales y el 22% personas jurídicas; estas a su vez, distribuidas en un 10% por sociedades limitadas; 8% SAS y el 4% Unipersonales, a quienes se aplicaron las variables de productividad: apertura, gobierno, finanzas, infraestructura, tecnología, gerencia y mercadeo; algunas de ellas se encuentran evidenciadas por Gómez (2011), quien analizó factores referentes a la competitividad del subsector de confección infantil en la ciudad de Bucaramanga; sin embargo el estudio realizado por las autoras muestra resultados pertinentes específicamente a las Pymes que prestan servicios de Outsourcing o tercerización de operaciones.

Gómez (2012) manifiesta, que las empresas en su generalidad son afectadas por fuerzas externas, y de esto no están exentas las Pymes de este subsector, requiriendo igualmente la aplicación de estrategias adecuadas de competitividad. Los resultados actuales demuestran que existe desconocimiento generalizado de los factores de productividad y competitividad, de los temas financieros, administrativos, capacidad instalada, manejo de producción y tecnología, lo cual también se pudo evidenciar en los resultados de esta investigación. En cuanto a la aplicación de las variables de mercado como factor competitivo, tanto a nivel de personas naturales como jurídicas, en promedio el 80% de ellas desconocen, y solo el 20% en promedio, están de acuerdo en la identificación de las políticas financieras, de préstamos, de manejo de créditos, el uso apropiado de las tecnologías, entre otros; de tal forma, se considera importante, que las entidades financieras deben generar mecanismos que incentiven y mejoren los canales de comunicación hacia este sector productivo que faciliten el acceso de estas empresas a los servicios que ofrecen y que permiten el manejo adecuado de portafolios financieros..

Las empresas que prestan servicios de Outsourcing al subsector de la confección infantil en la ciudad de Bucaramanga, en su generalidad, no saben o están en desacuerdo con las políticas del estado en materia fiscal, de los procesos productivos a gran escala, de la influencia de la infraestructura en su ubicación como mercados potenciales, de la importancia en el uso de la tecnología, poseen procedimientos gerenciales muy rudimentarios y carecen de conocimiento en el manejo de las herramientas en materia laboral, de mercado y de mercadeo.



Las empresas gubernamentales y no gubernamentales tienen un gran reto, impulsar el sector de las Mipymes, sensibilizando y utilizando todos los canales de comunicación posibles, capacitando en el uso de la herramientas administrativas, logísticas, jurídicas, que les ayuden a impulsar la competitividad.

Referencias

Actividades Económicas, (2012) (s.f.) Recuperado de

<http://www.actividadeseconomicas.org/2012/03/principales-actividades-economicas-de.html>.

Amado, H. y Gómez, G (2005) *Prospectiva del sector de las confecciones en*

Bucaramanga y su área metropolitana. Universidad Industrial de Santander.

Bucaramanga. (p. 69-352)

Beltrán, A., Torres, E., Camargo, R. y Bello, C., (2004). *Pymes Un reto a la*

Competitividad. Universidad Externado de Colombia. 1 ed. Bogotá. (P 7-179)

Benzaquen, G., Del Carpio, L., Zegarra, L. & Valdivia, C. (2010). *Un índice regional de*

Competitividad para un país. En: *Revista CEPAL 102* (p, 69-86)

Cámara de Comercio de Bucaramanga (2013). *Constitución de Empresas*. Santander 2013.

Consultado el 24 de abril de 2013 de <http://www.sintramites.com/temas/>

[documentos%20pdf/ informes%20de%20actualidad/2013/constituidas2012.pdf](http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2013/constituidas2012.pdf)

Conpes 3439 (2006). *Institucionalidad y principios rectores de política para la*

Competitividad y productividad, Bogotá D.C., 14 de agosto. Recuperado de

<https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3439.pdf>

f

Gómez, O (2010) *La productividad y competitividad de la industria de confecciones*

infantiles de Bucaramanga, en la dinámica de la gestión estratégica. Apuntes del

CENES No. 51. Vol. 30, Primer Semestre de 2011 (p, 201- 222)

Palencia, M. Revista virtual Portal de las Palabras, N° 2. Febrero-Diciembre de 2016, págs.48-66.



- Gómez, O (2011). *Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga.*
- Gómez, O (2012) *Costo, volumen, precio y utilidad: dinámica del desempeño financiero industria de confecciones infantiles.*
- Jaimes, O (2012). *Impacto de las Mipymes del AMB de Bucaramanga 2015 frente a la globalización y los TLC.* Consultado el 24 de abril de 2013 de <http://www.monografias.com/trabajos93/impacto-mipymes-del-amb-bucaramanga-2015-frente-globalizacion-y-tlc/impacto-mipymes-del-amb-bucaramanga-2015-frente-globalizacion-y-tlc.shtml>
- Martínez, A., Pérez, N., y Figueroa, M. (2001) *Estudio de competitividad y plan de acción de la aglomeración de confección infantil en el Área Metropolitana de Bucaramanga.* Proyecto “Fortalecimiento de aglomeraciones empresariales en Santander”. Bucaramanga. Agosto. (p. 1-52)
- Porter, M. (1991) *La ventaja competitiva de las naciones.* Barcelona, Ed Plaza y Janés.
- Ramírez 2005 (Ramírez, F. (2005). *La competitividad... ¿a qué se refiere?* Ensayos de Economía. Diciembre. (p. 107-117). Recuperado de <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/pe/2011/08047.pdf>
- Santiago, D (2012) *El perfil competitivo local como factor determinante para el desarrollo de la floricultura en Madrid Cundinamarca.* Trabajo de Grado de Maestría en Administración. Universidad Nacional. Bogotá. 2012
- Schneider, B (2004) *Outsourcing. Herramienta de gestión que revoluciona el mundo de los negocios.* Bogotá: Edit. Norma. p. 31