

**Impacto de la pandemia COVID-19 en el sector textil
de las microempresas en Bogotá D.C.**

Elaborado por:
Diana Catalina Chiriví González
Daniel Olarte Barrera
Johann David Najar Ruiz
Estudiantes de Especialización en Administración Financiera.

Universidad EAN
Escuela de Formación en Investigación
Seminario de Investigación de Posgrado
Bogotá - 18 de noviembre de 2022

CONTENIDO

Resumen.....	5
1. Problema de investigación.....	6
2. Objetivos.....	8
2.1. Objetivo general	8
2.2. Objetivos específicos	8
3. Justificación	9
4. Marco teórico	12
4.1. Antecedentes y gestión en la industria textil colombiana	12
4.2. Modelo de negocio de las mipymes. Beneficios y perjuicios.....	15
4.3. La industria textil y el impacto post COVID-19.....	20
4.4. Principales factores económicos en la industria textil	23
5. Metodología.....	26
5.1. Primer nivel	26
5.1.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación	26
5.1.2. Definición de variables.....	27
5.1.3. Población y muestra	29
5.1.3.1. Población.....	29
5.1.3.2. Muestra	31
5.2. Segundo nivel	33
5.2.1. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información	33
5.2.2. Técnicas de análisis de datos	35
5.2.3. Técnica para el procesamiento de los datos	36
6. Análisis y discusión de los resultados	37
6.1. Análisis de la situación actual.....	37
6.2. Análisis del momento vigente de sus negocios	39
6.3. Análisis de los imprevistos durante la pandemia	40
6.4. Análisis del capital de trabajo	42
6.5. Análisis de las medidas del gobierno.....	44
6.6. Análisis de la variación de ingresos.....	45
6.7. Análisis de los suministros y materias primas.....	47
6.8. Análisis de los precios en el mercado.....	49
6.9. Análisis de la capacidad de atender obligaciones financieras.....	52
7. Conclusiones	55
Lista de referencias	56
Anexos	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición de la Variable.....	28
Tabla 2 Distribución microempresas en Colombia [Población total]	31
Tabla 3 Distribución de la muestra por localidad	32

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Los doce pasos del modelo integral del proceso de administración estratégica	16
Ilustración 2 Beneficios de la administración estratégica.....	18
Ilustración 3 Beneficios para una empresa que lleva a cabo una planeación estratégica.....	19
Ilustración 4 Distribución total de las microempresas en Colombia	29
Ilustración 5 Microempresas en Bogotá por sector económico 2022.....	30
Ilustración 6 Distribución de empresas activas por localidad.....	30
Ilustración 7 En qué localidad está ubicado	37
Ilustración 8 Su empresa está catalogada como:	38
Ilustración 9 ¿Desde hace cuánto su negocio entró en operación?.....	39
Ilustración 10 ¿Cómo cree que afectó el Covid-19 a su empresa durante la pandemia?	40
Ilustración 11 De las siguientes opciones, ¿qué medidas implementó en su empresa durante la contingencia COVID-19?	40
Ilustración 12 Si su respuesta fue "Inversión en tecnología" por favor seleccionar una opción .	41
Ilustración 13 ¿Se vio afectado por alguna de las siguientes situaciones?.....	42
Ilustración 14 Entre Agosto/2021 y Agosto/2022, ¿Cuántos empleados ha tenido vinculados a su empresa?	42
Ilustración 15 Para sus empleados y/o compañeros de trabajo, ¿qué medidas implementó su empresa durante la contingencia del COVID-19?	43
Ilustración 16 De la siguiente lista, ¿Qué medida cree que el gobierno debió apoyar más?	44
Ilustración 17 Entre Agosto/2021 y Agosto/2022, sus ventas:	45
Ilustración 18 ¿Considera que las medidas como el aislamiento obligatorio/voluntario ocasionaron el cambio de crecimiento en las ventas?.....	46
Ilustración 19 ¿Tuvo problemas en el suministro de materias primas o mercancías?	47
Ilustración 20 De la siguiente lista, tuvo algún problema con la adquisición de sus materias primas.....	48
Ilustración 21 ¿Durante la pandemia sus niveles de inventario se redujeron, permanecieron igual	49
Ilustración 22 Entre Agosto/2021 y Agosto/2022 ¿Aumentó los precios de venta de sus productos?	50
Ilustración 23 En qué porcentaje tuvo que reajustar los precios de sus productos	51
Ilustración 24 De la siguiente lista, Indique cuál cree usted que ocasionó el aumento de los precios de sus productos	52
Ilustración 25 Durante la pandemia, ¿Tuvo la capacidad económica para cumplir sus obligaciones financieras?.....	52
Ilustración 26 ¿Por cuánto tiempo pudo cumplir con las obligaciones de su empresa con sus recursos?	53
Ilustración 27 ¿Solicitó algún préstamo o crédito bancario para atender sus obligaciones?	54

RESUMEN

La pandemia del 2020/21 que nuestra generación fue forzada a superar, sigue al día de hoy mostrando impactos socioeconómicos y culturales que no terminamos de interpretar, incluso con la cantidad de información que se procesa por parte de entidades tanto públicas como privadas, se desconocen las consecuencias reales y a futuro que dejó el COVID-19 y cómo afectó a los actores económicos de más bajos recursos. No obstante, ni empresarios ni entes gubernamentales se han podido poner de acuerdo en un discurso básico de lo vivido; se necesita conocer e interpretar de manera que todos entendamos, las consecuencias reales de este periodo. Esta investigación explora a través de encuestas a los microempresarios del sector industrial textil en la ciudad de Bogotá D.C., si los eventos socioeconómicos o culturales ocurridos en la pandemia del 2020/21 afectaron sus negocios o el estilo comercial de las localidades de Kennedy, Suba y Usaquén.

Palabras clave: Pandemia; COVID-19; Sector industrial; Investigación económica; Empresario.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Actualmente el mercado colombiano ha cambiado más en los últimos dos años que en lo que lleva corrido el siglo XXI, esto sin que los oferentes y demandantes estuvieran preparados. Este gran cambio se dio debido a la difícil pandemia que enfrentamos por COVID-19. Ahora ya ha pasado lo peor, las pequeñas y medianas empresas (MiPymes) textiles enfrentan diferentes retos, que en su mayoría no solo son por su preocupación de mantener una rentabilidad, sino que también enfrentan factores que impiden su crecimiento y desarrollo. Como lo diría Leonardo Schvarstein en su ensayo “La inteligencia social de las organizaciones” sobre como las empresas deben adaptarse a las variables macro y micro ambientales:

Las organizaciones socialmente inteligentes no sólo son sensibles a las inequidades de sus contextos, sino que operan sobre ellas para suprimirlas.

(Schvarstein, L. Pág 9. 2003).

Sin embargo, la bella tarea de coser de los pequeños comerciantes del sector textil sigue siendo un lugar donde las ideas y sueños se hacen realidad, a través del arte hecho a mano y enfocado en el acompañamiento y no en las actividades de grandes escalas. Las mejoras tecnológicas en el sector textil, aunque puedan desarrollar mejoras logísticas y de operación para producir a mayor cantidad, no tienen en cuenta la esencia y personalidad de cada persona y es aquí donde los pequeños comerciantes del sector textil se convertían en el vínculo de la producción en masa y personalización del consumidor final.

Este fenómeno no es ajeno a nuestra política, en el congreso de la república de Colombia, en la Comisión Accidental de seguimiento a la crisis en el sector textil, confecciones y afines hace un análisis a esta manufactura como uno de los sectores importantes en la reactivación económica de este sector empresarial en Colombia, no obstante, este análisis se enfoca en el capital humano: El grueso de los productores son mujeres, en su mayoría, madres cabeza de familia o empresas familiares que reactivan la economía lo hacen desde los barrios. (Debate de control político sector textil, 2021).

El gobierno colombiano en su función de fiscalizador del crecimiento de la industria textil ha realizado situaciones no favorables, cuando se trata de hacer competitivo este segmento, debido a la poca o nula verificación de productos a precios más bajos con relación a los precios de la industria local. Adicionalmente hay una gran barrera para la industria micro textil en el proceso de recuperación económica después de la pandemia, esto se evidencia en las ventas

acumuladas de enero a febrero del 2021, en donde el comercio de minoristas disminuyó un -22,5% en comparación con el mismo periodo del año anterior. (Echeverry, N. 2021).

Todo esto sumado a uno de los mayores problemas que permanecen en esta industria, que es el contrabando, como afirma María Camila Pérez (2021) en su columna en portafolio “En Colombia, una de cada tres prendas es de contrabando:

“El contrabando es hoy prácticamente uno de los destructores de los textiles, se estima que 1 de cada 3 prendas de las que podemos encontrar en el sector, es proveniente de esta actividad ilícita, representando aproximadamente un 32% del sector. Las confecciones también representan un problema importante para el sector del calzado y la marroquinería del país, así como de otros sectores intensivos en mano de obra. Pero no solo afecta a las manufacturas, sino también al sector comercial” (Pérez, M. 2021).

Estamos viviendo una época en que es más común ver como se cierran empresas o emprendimientos (Asmar, 2021), debido en gran parte a la pandemia del COVID-19 y, por otra parte, a la falta de estrategias innovadoras por los dueños de estos pequeños negocios. Los escenarios económicos que nos dejó la COVID-19 no son la mejor noticia, con los que hoy los empresarios en general puedan generar el efectivo necesario con el que puedan administrar un capital de trabajo positivo y tener así un margen operativo adecuado que le permita estar en punto de equilibrio en el flujo diario de su operación.

El principal problema para los microempresarios del sector textil, sumado a lo anteriormente mencionado, es que su negocio se está envejeciendo y en ocasiones resulta más rentable comprar nuevas prendas que confeccionar, arreglar o modificar otra. Es por ello, que el planteamiento del problema que como grupo queremos resolverá a través de esta investigación, es si tienen los microempresarios del sector textil con bajos ingresos, entre agosto de 2021 y agosto de 2022 post pandemia, ¿un mayor riesgo de sufrir cierre o quiebra en relación con grandes empresas y multinacionales del sector textil?

Donde nuestra población estudiada serán los microempresarios textiles; el indicador o intervención, será el Ingresos post pandemia del sector industrial textil; el grupo de comparación serán las grandes empresas y multinacionales del sector textil; el resultado de interés será el cierre o quiebra de las microempresas textiles y el marco de tiempo de interés será el periodo postpandemia entre Ags/2021 y Ags/2022.

2. OBJETIVOS

2.1. *Objetivo general*

- Determinar el riesgo de cierre o quiebra de los microempresarios del sector textil con bajos ingresos en relación con grandes empresas y multinacionales del sector textil y los factores clave que aumentan dicho riesgo.

2.2. *Objetivos específicos*

- Analizar aspectos relacionados con el comportamiento de las variables establecidas para el sector textil de bajos ingresos en relación con grandes empresas.
- Realizar observaciones del cierre o quiebra de microempresario del sector textil con bajos ingresos.
- Identificar factores que afecten de manera negativa la actividad económica del microempresario del sector textil con bajos ingresos.
- Aplicar encuestas para la recolección de información.
- Generar un diagnóstico de la operación de microempresario del sector textil con bajos ingresos a partir de la información recogida en la aplicación de las encuestas.

3. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con la Encuesta Nacional Sobre el Impacto Económico COVID-19 – Capítulo Bogotá D.C, de Confecámaras (2020), el 95% de los empresarios considera que la crisis del COVID-19 los afectó de manera negativa, y se estima que las empresas de los sectores de servicios, comercio e industria fueron las más afectadas. De igual manera, la Cámara de Comercio de Bogotá (2021) advirtió que la industria textil en Colombia representa un 8.5% del PIB industrial del país, sin embargo, tardará aproximadamente dos años para superar o igualar las cifras de crecimiento del sector en 2019.

Por su parte, el Estudio de Principales Efectos de las Medidas Tomadas a Raíz de la Pandemia por el COVID-19 en la Economía Bogotana, realizado por la Secretaría Distrital de Planeación de Bogotá (2021), mostró que, durante la pandemia por COVID-19, la industria manufacturera disminuyó en 12,1%, causando a su vez, la reducción de un punto porcentual al valor agregado total de la economía de la ciudad, evidenciando que las actividades industriales que más contribuyeron a este resultado fueron, en primer lugar, la producción de metalúrgicos básicos, y, en segundo lugar, las actividades asociadas a la industria textil, entre las que se encuentran: la fabricación de productos textiles; la confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; la fabricación de calzado; la fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares; la fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; y adobo y teñido de pieles.

Así mismo, el estudio revela que los efectos económicos y sociales más importantes de la pandemia en Bogotá se dieron sobre el empleo, afectando la economía en general debido al impacto de la demanda agregada, especialmente de los hogares y las empresas, así como el aumento de los niveles de pobreza monetaria y extrema; situación que solo mejoró en la medida en que se fueron levantando las restricciones sanitarias impuestas desde marzo de 2020 para evitar la propagación del COVID-19.

En ese sentido, se observa que, al cierre de 2020, la tasa de desempleo en Bogotá se ubicó en 18,2%, superior en 2,3 puntos porcentuales con respecto a la registrada en Colombia (15,9%), y 7,3 puntos porcentuales más que la observada en la capital en 2019. Además, llama la atención que los dos sectores que restaron casi dos puntos y medio al crecimiento económico de la ciudad fueron las industrias manufactureras y de construcción, que en conjunto reportaron 95 mil ocupados menos para finales de 2020, frente a los años anteriores a la pandemia.

Es por esto por lo que el estudio de las causas y efectos de los impactos económicos ocasionados sobre la industria manufacturera en Bogotá, y particularmente sobre las MiPymes de la industria textil, ha sido de gran interés para la academia desde diferentes ámbitos y disciplinas. Así pues, por ejemplo, se encuentran estudios desde la disciplina de la administración, la economía y las finanzas, entre los que se destacan: el estudio de Matallana (2022), quien realiza un análisis de la competitividad del clúster textil de prendas de vestir en Bogotá, en la localidad de Puente Aranda, a partir de los efectos de la pandemia; y el de Castiblanco y Tobar (2021), que realizan un diagnóstico financiero en empresas y microempresas comerciales del sector textil en Bogotá durante el periodo de pandemia.

De igual manera, se destacan: los trabajos de Gutiérrez, Cruz y González (2021), que tratan sobre la importancia de establecer alianzas entre emprendedores del sector de la moda en Bogotá para fortalecer el crecimiento de los emprendimientos en el contexto de la pandemia por COVID-19; el de Bravo (2021), quien realiza un caso de estudio sobre los efectos financieros de la pandemia por COVID-19 en la empresa textilera La Fayette S.A.S; el de Villamizar y Restrepo (2020), sobre la sostenibilidad en la cadena de valor textil y confección de Bogotá, en un contexto de pandemia; y el de Melgarejo, Vela y Osorio (2021), que con una mirada más amplia, hacen un análisis sobre las dificultades de liquidez y flujo de caja que enfrentaron las Mipymes del sector industrial y actividades conexas que operaron en Bogotá, en el período mayo-septiembre 2020, durante la fase de cuarentena que limitó las operaciones del sector.

Por otro lado, también ha habido un alto número de productos de investigación centrados en el marketing, la publicidad y las ventas, entre los que se destacan: el de Olaya, Mejía y Casanova (2022), que trata sobre las tácticas de marketing digital implementadas en las MiPymes del sector textil de Bogotá, para captar clientes antes y durante la pandemia del COVID-19; y el de Agudelo, Herrera y Riveros (2021), que, de manera más global, estudian las estrategias de venta a través de redes sociales, usadas por las MiPymes de comercio en la localidad de Teusaquillo, en Bogotá, durante la pandemia.

No obstante, al hacer un barrido general de estos productos académicos, se resalta la pertinencia de realizar el presente trabajo de investigación, por cuanto, si bien se encuentran trabajos investigativos del ámbito de la administración y de las finanzas que abordan el tema del impacto de la pandemia en la industria manufacturera y el sector textil, por un lado, el campo de

investigación de “emprendimiento y gerencia” escogido, permitirá orientar la investigación hacia el desarrollado y/o afectación de los modelos de gerencia y gestión de las empresas de la industria textil en Bogotá D.C, en el periodo postpandemia, entre agosto de 2021 y agosto de 2022, con lo que se busca llenar un vacío académico, ya que las prácticas de la gerencia de las empresas del sector textil en el periodo postpandemia no han sido estudiadas, hasta el momento, como factores claves de aumento o disminución de la competitividad de las microempresas del sector, en comparación con las grandes empresas y las multinacionales.

Por otro lado, la línea de investigación “Modernización de las Organizaciones”, escogida para abordar el tema, es clave dado que varios estudios centrados en el ámbito del marketing y las ventas, como los mencionados en líneas anteriores, han demostrado que sólo las empresas que logran ser competitivas son las que sobreviven en situaciones de mayor riesgo, pues tal y como lo señalan Agudelo, Herrera y Riveros (2021) la inexistencia de planes de resiliencia y de innovación en las MiPymes, ha sido una de las causas que generan mayor número de cierres, y de baja competitividad en comparación con las grandes empresas. Sin embargo, esta perspectiva tampoco ha sido ampliamente estudiada y enfocada en los entornos empresariales en los periodos de pandemia y postpandemia, por lo que resulta innovadora y pertinente la investigación que se plantea realizar en el presente trabajo.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. Antecedentes y gestión en la industria textil colombiana

A través del tiempo las organizaciones de cualquier industria que han superado crisis, pandemias, recesiones y demás situaciones que no son de su manejo o decisión, dan fe y responden de manera vehemente al enunciado de esta investigación. La realidad de las organizaciones en general y aún más las micro y pequeñas empresas privadas (MiPymes), es que la administración estratégica no es la principal necesidad para establecer un negocio (Gutiérrez, 2012, p.155), o no conocen cómo pueden beneficiarse de la planeación estratégica, ni cómo funciona el sistema político-legal de su sector en las repercusiones que los factores externos que los impactan.

Fred David (2013), nos aclara que la esencia de la administración estratégica, consiste en obtener y conservar una ventaja competitiva (p. 5), y para él la Administración Estratégica es:

...el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo, y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización. El término administración estratégica en este texto se utiliza como sinónimo del término planeación estratégica. Éste último se utiliza con más frecuencia en el mundo de los negocios, en tanto que el primero se utiliza más en el campo académico. Algunas veces el término administración estratégica se emplea para referirse a la formulación, implementación y evaluación de estrategias, y planeación estratégica se refiere sólo a la formulación de estrategias. El propósito de la administración estratégica es crear y aprovechar oportunidades nuevas y diferentes para el futuro; en contraste, la planeación a largo plazo busca optimizar las tendencias de hoy para el mañana. (David, F. p. 5. 2013),

Ernesto Blanco (2014), habla directamente de estrategia y cómo ésta es cambiante en el tiempo y en las circunstancias donde nos desempeñemos:

La estrategia guía a la empresa hacia una nueva posición en el sector donde se desempeña, no necesariamente mediante acciones ofensivas o defensivas; aunque durante su vida útil muchas veces tendrá que adoptar estrategias competitivas, eso dependerá del sector donde compite y del entorno circundante (Blanco, E. p. 39. 2014).

Las MiPymes se caracterizan por no tener una estructura estratégica para eventos que no sean capaces de manejar. Wheelen y Hunger (2013) definen el Análisis ambiental como: “[...] El análisis ambiental es la vigilancia, evaluación y difusión de información desde los ambientes externo e interno hasta el personal clave de la corporación [...]”. (Wheelen y Hunger. p,73. 2013).

Las amenazas y oportunidades que existen en la industria textil son extensas y numerosas, por lo que al repasar cada fuerza externa clave (David, F. p. 63. 2013), se podrá tener un concepto más claro de cómo afectan el rumbo de las MiPymes en este sector.

Las políticas gubernamentales no pasan por el mejor momento en Colombia, ya que por primera vez en nuestra historia tenemos un gobierno de izquierda y venimos de un gobierno el cual dejó un gobierno con una desaprobación del 61% (infobae, 2022), que han creado un malestar generalizado y poca credibilidad de los apoyos que tienen hoy los diferentes ministerios para el sector textil. Es por ello que las oportunidades que se presentan son numerosas, debido a este malestar; una de las ayudas gubernamentales es el Programa de crecimiento empresarial para la formalización CREEce, manejado por el ministerio de Comercio, a través de este programa se han beneficiado en el sector Sistema Moda 360 micro y pequeñas empresas. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

Otra ayuda es el programa unidos por Colombia – FNG: el gobierno nacional como apoyo al sector textil, a través del Fondo Nacional de Garantías S.A. - FNG, el cual tiene como finalidad otorgar el respaldo necesario que le permita a las MiPymes, trabajadores independientes y grandes empresas (personas naturales y jurídicas) acceder al financiamiento necesario para suplir la falta de ingresos y de esta manera contrarrestar las dificultades económicas que atraviesan a raíz de la pandemia ocasionada por el COVID-19. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

En el caso del sector textil, se depende en gran medida de la protección, por ello se cuenta con leyes antimonopolio, de propiedad intelectual y de medio ambiente. La creciente medida de apoyos por el Gobierno Nacional ha traído programas como el Repoténciate, Sistema Moda: encadenamientos del sistema moda que busca construir capacidades y brindar herramientas de estrategia, sofisticación y productividad para producir bienes relacionados con el COVID-19 y lograr una mayor comercialización a través de Compra lo Nuestro y Marketplace establecidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

Que junto a medidas antidumping ante la Organización Mundial de Comercio — OMC, para salvaguardar la producción textil nacional, el Ministerio de Comercio (2021) ha promovido estrategias de comercio legal como política transversal, concebido como premisa fundamental para equilibrar y proteger la industria nacional de prácticas desleales y distorsiones que se presenten en el comercio internacional.

En este sentido, las oportunidades de los factores político-legal para la industria textil se ven amplias y suficientes para que las MiPymes puedan enfrentar la postpandemia y todo lo relacionado con el tema del contrabando, que les proporcionen ventajas competitivas dentro de su sector. Pero, lo cierto es que el acceso a esas ayudas no es fácil, las problemáticas actuales que sufre la industria textil en nuestro país son graves, por lo que se llevó a cabo un debate de control político sobre el papel del Estado con este sector. (Congreso de la República de Colombia – Cámara de Representantes. 2021).

Con la entrada en vigencia de los numerosos tratados de libre consumo (CAN – Mercosur – Pacífico) las importaciones con exenciones reducen la competitividad de los productores nacionales del sector textil: la balanza comercial en este sector se ha visto muy afectada, pasando de un superávit en millones de USD \$63 a USD \$9.8 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, p. 47. 2021). Por ello, las amenazas tanto en las fuerzas Políticas como Económicas en este sector están alineadas, ya que una amenaza en la política afecta inmediatamente el económico, debido a la magnitud de su incidencia.

Por otra parte, las oportunidades que se presentan en la variable Económica están enfocadas en: la creación de nuevos aranceles, que permita crear barreras a las importaciones desde el país de China, como parte de los apoyos económicos que el gobierno ha creado para impulsar el sector textil post pandemia. En el tema Ambiental, tenemos premisas más

contradictorias que positivas, esto debido al cambio climático y la incidencia que se aporta desde el sector textil.

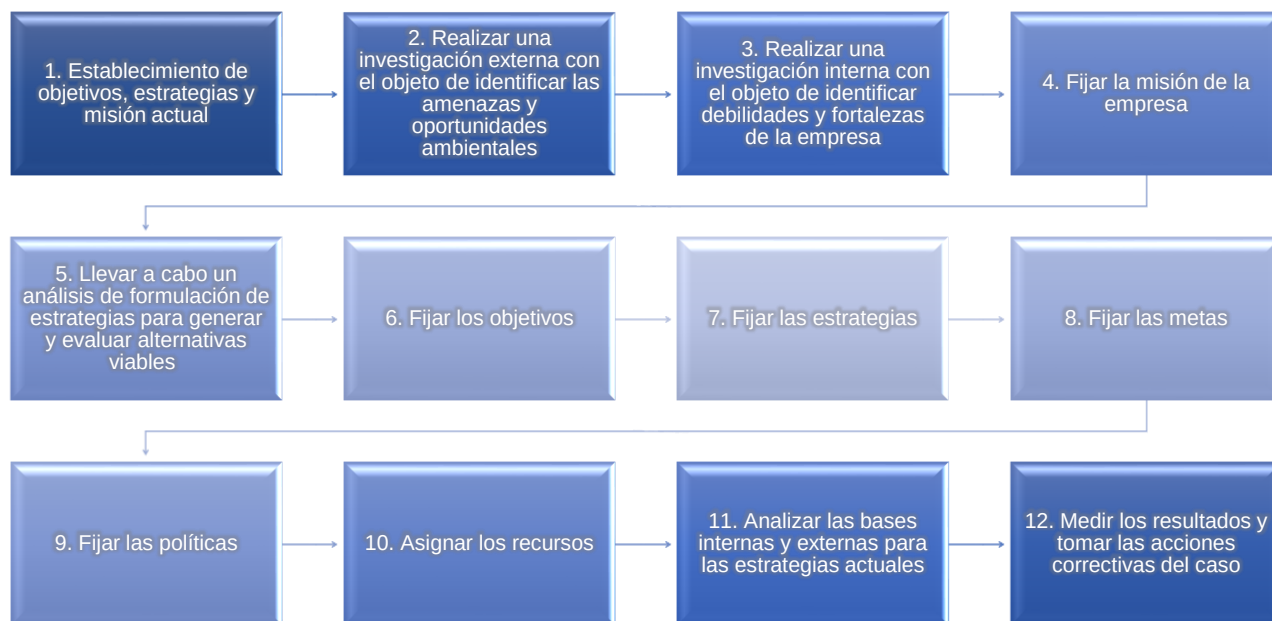
En el pasado encuentro de Glasgow, donde casi 200 países aprobaron un acuerdo mundial para luchar contra el cambio climático (BBC News Mundo, 2021). Estos acuerdos en torno al cambio climático afectan el proceso de manufactura e inciden en el valor de mercado de los productos de venta. En parte, debido a la contaminación generada del material de desperdicio y la utilización de agua en la creación de materia primas, por lo que estos encuentros piden que se ajusten su incidencia a más tardar para el 2030, de acuerdo a lo aprobado por el COP26 en su acuerdo final de la cumbre sobre el cambio climático (BBC News Mundo, 2021).

Como se ha mencionado con anterioridad, el aspecto sociocultural muestra que, ante el ingreso de grandes marcas al país, se ha creado la más grande amenaza para las MiPymes dentro de esta industria textil. Lo anterior, principalmente porque se está creando un nuevo tipo de consumo y el mercado para los pequeños empresarios es cada vez menor, obligando a estas empresas a crear nuevos nichos de mercado, a generar nuevos productos, a invertir en tecnologías en todas las áreas de la organización; ya sea en la producción, mercadeo, comercial o administración, que les permita reducir los costos, tiempos y aumentar la calidad de sus productos y por último, a explorar un pensamiento estratégico, el cual muchos no conocen o no practican.

4.2. *Modelo de negocio de las MiPymes. Beneficios y Perjuicios.*

Castellanos, J., y Cruz, M. (2014) citan en su escrito “*Una mirada a la evolución histórica de la Estrategia Organizacional*”, los dos modelos estratégicos básicos para entender cómo funciona el sistema de la Administración Estratégica. El primero de ellos, del ya mencionado Fred David, nos ofrece un paso a paso de entradas y salidas para definir, implementar y controlar la estrategia en una empresa. David (2013) expone los doce pasos del Modelo Integral del proceso de Administración Estratégica:

Ilustración 1 Los doce pasos del modelo integral del proceso de administración estratégica



Fuente: Conceptos de administración estratégica, David, F. (2013).

Elaboración propia

Y como segunda opción, tenemos a Wheelen y Hunger (2013) y su modelo básico de Administración Estratégica de cuatro pasos:

1. *Análisis ambiental: implica la vigilancia, evaluación y difusión de información desde los ambientes externos e internos hasta el personal clave de la corporación utilizando la herramienta FODA para el diagnóstico situacional.*
2. *Formulación de la estrategia: hace referencia al desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades corporativas. Incluye definición de la misión, especificación de objetivos alcanzables, desarrollo de estrategias y establecimiento de políticas.*
3. *Implementación de la estrategia: proceso mediante el cual las estrategias y políticas se ejecutan a través del desarrollo de programas, presupuesto y procedimientos.*
4. *Evaluación y control: en este proceso se supervisan las actividades corporativas y los resultados del desempeño comparándose el rendimiento real con el deseado.*

Wheelen y Hunger (2013)

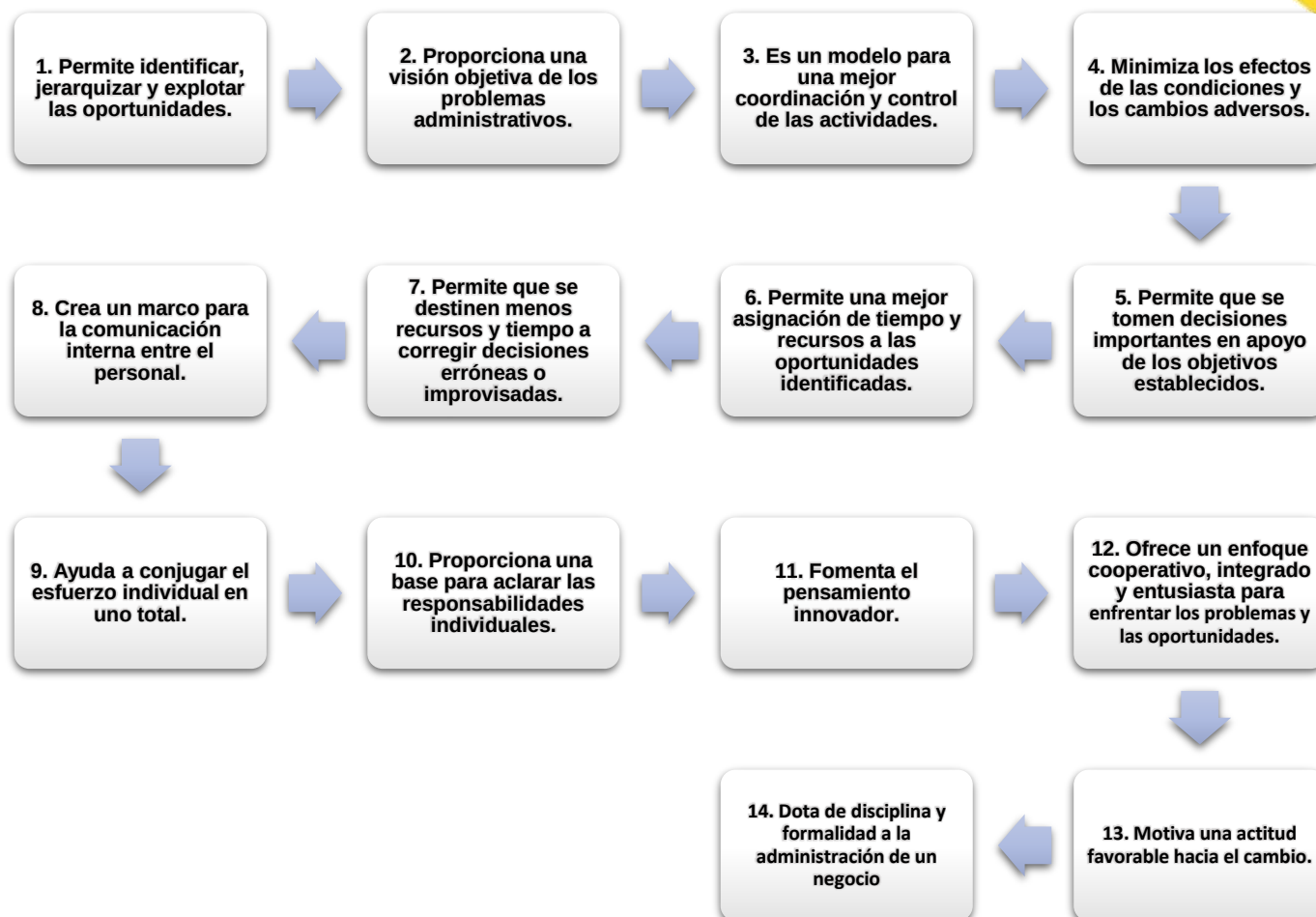
Estos dos modelos muestran una serie de pasos que, si se siguen en su orden establecido, los empresarios podrán formular sus estrategias y beneficiarse de planear, gestionar y controlar sus empresas a través de la Administración Estratégica con la formulación - implementación y Evaluación/Control de las estrategias competitivas que quieran adoptar (Blanco, E. 2014).

Desafortunadamente las MiPymes deben generar resultados financieros y no financieros (David, F. p.15-16.2013), lo que lleva a muchos de ellos a dejar de lado la administración estratégica y prefieren enfocarse en el precio como principal ventaja comparativa y competitiva, negándose a gestionar enfocado en el pensamiento estratégico. Wheelen, T., y Hunger, J. (2013), recuerdan esta máxima:

Los tres beneficios de la administración estratégica mejor calificada fueron: (1) Un sentido más claro de la visión estratégica de la empresa. (2) Un enfoque más definido de lo que es importante estratégicamente (3) Una mejor comprensión de un ambiente rápidamente cambiante. (Wheelen, T., y Hunger, J., p.5, 2013).

Esta apreciación es compartida por Fred David (2013), el cual citando a Greenley (1986) ofrece 14 beneficios de la administración estratégica:

Ilustración 2 Beneficios de la administración estratégica

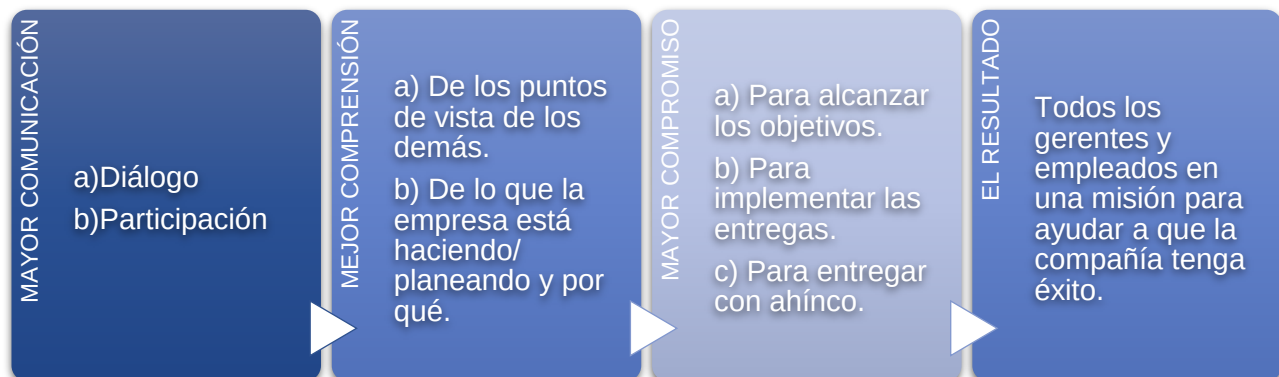


Fuente: Conceptos de administración estratégica, David, F. (2013).

Elaboración propia

La Gestión Estratégica brinda a las empresas comunicación, entendimiento (interno-externo) compromiso y resultados positivos (David, F. p.15.2013), otorgando a los empresarios herramientas útiles y controlables de cómo están y cómo ve su futuro respecto a lo planeado.

Ilustración 3 Beneficios para una empresa que lleva a cabo una planeación estratégica



Fuente: Conceptos de administración estratégica. David, F. (2013).

Elaboración propia

La mayoría de la MiPymes del sector textil hoy en día lideran sus negocios sin formular un pensamiento estratégico; ya sea porque no lo quieren hacer o porque no tienen las herramientas o apoyo para hacerlo (David, F. p.16-17.2013).

Las MiPymes que actualmente desconocen o no quieren realizar un análisis, formulación, implementación y control (Wheelen, T., y Hunger, J.p,10. 2013) de sus estrategias, suelen sobrevivir el día a día para solucionar cada contratiempo en el corto plazo. La lista de perjuicios de los pequeños comerciantes por no adoptar un modelo estratégico de gestión la podríamos enfocar desde tener el cierre de su negocio en los próximos dos años o de perderlo todo antes de finalizar este año (David, F. p.16-17.2013), por pensar que ya conocemos el mercado donde se va a competir o que la Planeación Estratégica no es necesaria para que las cosas marchen bien. La experiencia no es razón suficiente para enfocar el rumbo que debo seguir o la forma que debo responder a las amenazas externas.

Los principales beneficios del negocio en el sector textil están enfocados a la estabilidad, crecimiento en el tiempo y una cultura organizacional placentera. Cuando Fred David (2013) citando a Greenley (1986), presentaba los 14 beneficios de la administración estratégica, podíamos replicar estos principios en el trabajo realizado; ya que las oportunidades, tener visión objetiva de los problemas, coordinar y controlar las actividades (David, F. p.16. 2013) lo que percibe en público de interés es la sensación de estabilidad que deberían tener las organizaciones, para poder contralar las Amenazas y Debilidades en su etapa de crecimiento y madurez.

Minimizar los cambios adversos, tomar decisiones con base en objetivos claros, la asignación de tiempo y recursos adecuados, permite que las organizaciones destinen menos recursos y tiempos en decisiones erróneas o improvisadas (David, F. p.16. 2013). Un pensamiento estratégico debidamente formulado e implementado ayuda a crear canales de comunicación, trabajo en equipo, responsabilidades claras, fomenta la innovación en los empleados, favorece el cambio y dota de disciplina y formalidad administrativa (David, F. p.16. 2013), lo que favorece a que lo planificado sea más fácil de conseguir.

La implementación de un modelo de administración estratégica no basta para superar una crisis económica, pero le ayuda a conocer más y mejor su organización, a realizar un análisis de la situación actual del país y a realizar controles de cada parte de su negocio, que le permita beneficiarse de todos los aspectos que el gobierno aporta a la economía y al sector.

4.3. *La industria textil y el impacto post COVID-19*

En atención al objetivo de esta investigación, que busca determinar el riesgo de cierre o quiebra de las pequeñas y medianas empresas del sector textil en Bogotá, en comparación con grandes empresas y multinacionales, así como estudiar los factores claves que aumenta dicho riesgo, se considera clave retomar los postulados del estadounidense Michael Porter (1990) en su Teoría de la Ventaja Competitiva de las Naciones, explicada a través del Modelo del Diamante, la cual es complementada con su Teoría sobre la Estrategia y la Efectividad Operativa, aplicada a las pequeñas y grandes empresas.

En primer lugar, en lo que respecta a la Teoría de la Ventaja Competitiva de las Naciones, Porter (1990) señala que la prosperidad de un territorio depende de la capacidad de la industria para innovar y mejorar, aún frente a situaciones adversas. Las empresas logran ventaja sobre otras, incluso aquellas que parecerían ser los mejores competidores del mundo, gracias a las presiones y los retos, y las formas en las que los abordan.

Así pues, de acuerdo con esta teoría, las empresas logran ventaja competitiva ante eventos adversos, mediante actos de innovación, en su sentido más amplio, que comprende tanto nuevas tecnologías, como nuevos modos de hacer las cosas, que pueden manifestarse en

el diseño de un nuevo producto, un nuevo proceso de producción, un nuevo método comercial, o un nuevo modo de llevar a cabo la formación y capacitación del personal.

Esta teoría, a su vez, busca responder a la pregunta de por qué algunas empresas radicadas en ciertos países, ciudades o regiones son capaces de innovar y mantenerse, a pesar de los eventos adversos, así como explicar la forma en la que son capaces de superar barreras que les impiden enfrentarse a los cambios y la innovación. Para ello, describe cuatro atributos claves: las condiciones de los factores; las condiciones de la demanda; los sectores afines y auxiliares; y la estrategia, la estructura y la rivalidad de las empresas. Cabe mencionar que, a partir de estos atributos, el autor ha diseñado un modelo denominado el Modelo del Diamante, ya que pueden ser ordenados formando una figura en forma de rombo, que los interrelacionan entre sí.

Las condiciones de los factores se refieren al grado de avance de los factores productivos que necesita una industria o empresa para sobrevivir, tales como la mano de obra o la infraestructura, necesarios para competir en un determinado sector. Por su parte, las condiciones de la demanda se refieren a la naturaleza de la forma en la que un producto o servicio es demandado o consumido en el mercado interior, así como las variables que pueden alterar esa demanda.

En lo que respecta a los sectores afines o auxiliares, se debe tener en cuenta la presencia o ausencia en la nación de sectores que son proveedores y afines, que pueden afectar el mercado interno de un determinado sector. Así mismo, la estrategia, la estructura y la rivalidad de las empresas, hacen referencia a las condiciones que rigen el modo en que las empresas se crean, organizan y gestionan, en comparación con la naturaleza de la competencia.

Adicionalmente, Porter (2008) planteó tres factores determinantes de la competitividad, que tienen que ver con el entorno en el que se ubican las empresas de un sector y son fundamentales para que estas puedan sobrevivir frente a sus rivales, especialmente en situaciones que pueden ponerlas en riesgo de quiebra, como en el contexto particular de esta investigación. Estos factores son: el entorno microeconómico, que se refiere a la calidad del ambiente para hacer negocios, el estado del desarrollo del clúster y la sofisticación de las operaciones y la estrategia de las empresas; el entorno macroeconómico, que abarca las políticas monetarias, fiscales, sociales y demás instituciones, que afectan el desarrollo del sector

y la industria; y las dotaciones, dadas por la naturaleza, la ubicación geográfica, el tamaño de la población, o el clima.

Como se observa, los postulados teóricos de este autor también hacen referencia a temas estratégicos de las empresas de un determinado sector, por lo que resulta interesante la definición que el autor plantea en su teoría sobre la estrategia, como completamente diferente a la efectividad operativa, ya que son conceptos que suelen confundirse, y por eso las empresas pueden llegar a fracasar. Para Porter (1990) la búsqueda de productividad, calidad y velocidad ha generado una cantidad extraordinaria de herramientas y técnicas de gestión: la gestión de calidad total, el benchmarking, la competitividad basada en el tiempo, la tercerización, la colaboración con socios, la reingeniería y la gestión del cambio (Porter, 1990).

Todo esto se ha traducido en mejoras operacionales, que son necesarias, pero que vislumbran que el problema ciertamente radica en que muchas empresas se han visto frustradas al no ser capaces de convertir dichas ventajas en una rentabilidad sustentable. Poco a poco, de manera casi imperceptible, las herramientas de gestión han suplantado a la estrategia. A medida que las empresas se esfuerzan por mejorar en todos los frentes, se apartan más de las posiciones competitivas viables, de ahí que, la eficacia operacional es necesaria pero no suficiente, y no es suficiente tampoco para sobrevivir a escenarios de crisis, y que constituyen grandes retos para las economías (Porter, 1990).

Así pues, tanto la eficacia operacional como la estrategia son esenciales para las empresas, pero funcionan de maneras diferentes. Por una parte, la efectividad operativa hace referencia a la forma en la que las empresas desempeñan las mismas actividades que sus rivales, pero mejoradas en aspectos puntuales de su día a día, o de sus estructuras internas, mientras que la estrategia se refiere a desempeñar actividades completamente diferentes a las de los rivales, de forma tal que puedan sobrevivir a las crisis. Así mismo, estos dos conceptos se diferencian en su horizonte temporal, ya que la efectividad operativa termina por ser de corto plazo, puesto que es susceptible no solo al riesgo de tener menor competitividad en el mercado, sino que existe un mayor riesgo de imitación; mientras que la estrategia les permite a las empresas sobrevivir en el largo plazo (Porter, 1990).

Es así como, con base en estos postulados, resulta oportuna la aplicación de esta teoría al desarrollo de la investigación, toda vez que, en el análisis que se espera adelantar podrán

identificarse y categorizarse los diferentes factores que influyen en los niveles de riesgo de cierre o quiebra de las pequeñas y medianas empresas del sector textil, a la luz de los diferentes atributos y elementos propuestos por el autor. Así mismo, permitirá llegar a conclusiones sobre los niveles de competitividad de estas pequeñas y medianas empresas del sector textil de Bogotá D.C, como una característica clave para su recuperación económica, y para enfrentar posteriores escenarios de riesgo.

4.4. *Principales factores económicos en la industria textil*

Inicialmente es necesario definir la industria textil como el sector la industria, el cual tiene como actividad económica la manufactura de hilos, fibras, telas y productos relacionados con la confección de ropa. (Warshaw L. Pag,89. 2015). En línea con nuestro marco de investigación debemos definir el COVID -19, el cual según la organización mundial de la salud se define como: “la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2” (OMS. 2021). La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan - República Popular China.

De acuerdo con lo anterior y con el fin de abordar el problema de la investigación sobre el impacto de la pandemia COVID-19 en el sector de las microtextileras ubicadas en Bogotá, es necesario partir de la definición de microempresa que la ley 590 de 2000 reglamentada por el decreto Nacional 2473 de 2010 la que define como: “establecimiento económico el cual tiene una planta de personal no superior a 10 personas y posee activos totales no superiores a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes” (Gobierno Nacional, 2000). El Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, en una encuesta hecha a nivel nacional a los micro negocios y publicada en febrero de 2020, define un micro establecimiento a “Unidad económica con máximo 9 personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción” (DANE, 2020c).

Apoyándonos en el último boletín técnico del DANE, Encuesta de Micronegocios (EMICRON), publicado el 30 de agosto de 2022. (Esta encuesta se aplicó en 24 departamentos del país, por lo que los resultados obtenidos se presentan a nivel nacional, cabecera municipal, centros poblados y rural disperso) podemos tener una idea de la magnitud de las microempresas

dedicadas a la industria manufacturera, la cual representa el 12% del total de los micro establecimientos a nivel nacional. En línea con estas estadísticas podemos evidenciar que el impacto de la pandemia COVID-19 en esta actividad económica golpeó muy fuerte, la variación trienal de la cantidad de micronegocios que ocupan esta actividad económica entre II trimestre de 2019 y 2022 muestra que estos establecimientos disminuyeron en un 17%. No obstante, este rubro de la economía contribuyó en cuatro puntos porcentuales (0,4 p.p.) positivamente a la variación anual del personal ocupado en los micronegocios.

Una de las más grandes crisis sanitarias afrontadas a nivel mundial, que a todos directa o indirectamente afectó la salud física y mental, también afectó los ingresos y derechos los trabajadores, la sostenibilidad de las empresas, el empleo, la sociabilidad, la manera de impartir justicia, entre una y muchas afectaciones en Colombia y a nivel mundial (Camacho. A, 2022). En nuestro país, la medida de aislamiento preventivo obligatorio fue contemplado inicialmente en el decreto 457 del 22 de marzo de 2020 y se fue prorrogando en varias oportunidades con algunas excepciones puntuales, bien o mal estas medidas, sirvieron de sustento para el derecho a trabajar, sin embargo, Colombia cerró el 2020, según el DANE con una tasa de desempleo en 15,9%, afectando sobre todo a mujeres y jóvenes. (Portafolio, 2021).

Incluso antes de la pandemia el fuerte impacto que recibía la industria textil en Colombia por las poco restrictivas medidas arancelarias impedía que pudiera competir la industria local frente a la masiva importación de prendas de vestir provenientes de Asia y África. Partiendo de la definición de importación como: “la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional.” Art. 1° Decreto 2685 de 1999 (Gobierno Nacional. julio 8, 2008). Dado este concepto podemos analizar la repercusión que tienen las importaciones sobre el mercado textil en Colombia y objetivamente en los micro establecimientos dedicados a la modistería y sastrería. Debemos entender como mercancía todos los bienes susceptibles de ser clasificados en la nomenclatura arancelaria y sujetos a control aduanero (Ministerio de Hacienda y Crédito Público. 2016).

Entendiendo lo anterior debemos sumar que durante la pandemia este duro impacto de las importaciones en la industria textil se agravó con la aparición en el mercado de tapabocas y telas quirúrgicas chinas, sin restricción alguna. En una entrevista concedida a la Revista Dinero

en el 2020, el presidente de la Junta Directiva de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines (CCCyA), Camilo Rodríguez reveló la angustiante situación de la industria local y, ante la coyuntura, pidió además al Gobierno reevaluar el Día sin IVA para que beneficie las marcas colombianas. Preocupado mayormente porque en la balanza comercial para el sector de la industria presentó un déficit de USD \$297 millones y la producción para el segundo trimestre había disminuido en 26% (Revista Dinero. 2020).

Es importante recalcar que aproximadamente el 70% de del sector es informal lo que es una muestra clara para que se dé una medida arancelaria que nivele la capacidad comercial entre las micro, pequeñas y grandes empresas de Colombia. Pero esta informalidad se apropia del argot popular que dice “los colombianos nos le medimos a todo” evidenciado en que las MiPyme se concentraron en la fabricación y venta de tapabocas. De acuerdo con una publicación del Diario de la República en Colombia alrededor de 1,6 millones de pequeñas y medianas empresas (MiPyme), que corresponden a 96% del tejido empresarial afectadas por la coyuntura del COVID-19 y la cuarentena obligatoria vieron como una forma de seguir trabajando la fabricación de tapabocas, varios pequeños y medianos empresarios han logrado hallar un espacio y producir hasta 16.000 unidades diarias en conjunto. (La República. 2022).

Aunque el impacto del postpandemia golpeo muy fuerte la economía del país, podemos decir que siempre y cuando tengamos la oportunidad de seguir desarrollando nuestras habilidades va a ser muy difícil que se extinga nuestra capacidad productiva, ya bien lo dijo Adam Smith quien consideró que los individuos son seres calculadores, racionales, que abogan por sus intereses y esto los lleva a producir buenos resultados en el mercado financiero. (Smith, A. 2016).

5. METODOLOGÍA

5.1. Primer nivel

5.1.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación

La investigación será básica de naturaleza descriptiva y la clase de medios utilizados para obtener los datos será de campo. A través del enfoque antes mencionado, daremos respuesta al planteamiento del problema: *“Tienen los microempresarios del sector textil con bajos ingresos, entre agosto de 2021 y agosto de 2022 post pandemia, ¿un mayor riesgo de sufrir cierre o quiebra en relación con grandes empresas y multinacionales del sector textil?”.*

Según la clase de medios utilizados para obtener los datos esta se realizará a través de una investigación de campo: *“Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos.”* (Behar, 2008, p. 21).

El instrumento adoptado para la toma y recolección de datos es sumamente necesario, por lo que los resultados deben ser acertados o que en su defecto permita medir con facilidad y eficacia la variable de los menores ingresos percibidos durante la post pandemia en los microempresarios del sector textiles, de corte cuantitativo y que pretenda explicar la realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva.

Según su finalidad es básica, ya que: *“recibe el nombre de investigación pura, teórica, dogmática y fundamental. Se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. Esta forma de investigación emplea cuidadosamente el procedimiento de muestreo, a fin de extender sus hallazgos más allá del grupo o situaciones estudiadas.”* (Behar, 2008, p. 19).

Los estudios serán descriptivos porque: *“Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Por ejemplo, la investigación*

en Ciencias Sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes y su interrelación. El conocimiento será de mayor profundidad que el exploratorio, el propósito de este es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, como:

- 1) Establecer las características demográficas de las unidades investigadas (número de población, distribución por edades, nivel de educación, etc.).
- 2) Identificar formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (comportamientos sociales, preferencias, etc.)
- 3) Establecer comportamientos concretos.
- 4) Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.”

(Behar, 2008, p. 17).

El diseño de la investigación será de tipo no experimental, ya que no se manipulan ni se someterá a prueba las variables de estudio. Es no experimental ya que: *“En ellos el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo. A esta instancia y, como se planteó con anterioridad, se hace imprescindible destacar nuevamente que existen muy diversos tratados sobre las tipologías de la investigación. Las controversias para aceptar las diferentes tipologías sugieren situaciones confusas en estilos, formas, enfoques y modalidades. En rigor y, desde un punto de vista semántico, los tipos son sistemas definidos para obtener el conocimiento. Se expondrán clasificaciones según el propósito”* (Behar, 2008, p.17).

5.1.2. Definición de Variables

La variable a trabajar es cuantitativa ya que su propósito es *“... susceptibles de medirse en términos numéricos. Se subdividen a su vez en:*

- *Cuantitativas continuas: Pueden asumir cualquier valor. Por ejemplo: peso, edad y talla.*
- *Cuantitativas discontinuas: Asumen sólo valores enteros. Por ejemplo, el número de hijos.”* (Behar, 2008, p. 54).

Para tener claro la variable que se pretende medir, a continuación, se define tanto conceptual como operacionalmente la selección definida:

Tabla 1 Definición de la Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES
Riesgo de insolvencia de los microempresarios del sector textil con bajos niveles de ingresos	<u>Qué es el cierre por quiebra:</u> Se presenta cuando una empresa no puede pagar sus cuentas, es decir, que tiene deudas vencidas que supera sus capacidades de pago, incluyendo la de sus empleados para poder seguir operando, en otras palabras, cuando las obligaciones sobrepasan el valor de los activos que se tienen. (Derecho Comercial, 2016)	<u>Alertas y criterios sobre deterioros patrimoniales y riesgos de insolvencia:</u> Sin perjuicio de lo dispuesto en normas especiales, los administradores deberán establecer la existencia de deterioros patrimoniales y riesgos de insolvencia, conforme a las razones financieras o indicadores pertinentes, según su modelo de negocio y los sectores en los cuales la sociedad comercial desarrolla su objeto social. No obstante, los administradores deberán implementar los siguientes indicadores, si les son aplicables a su sociedad comercial: • Posición patrimonial negativa: Patrimonio total < \$0 • Dos períodos consecutivos de cierre con utilidad negativa en el resultado del ejercicio: (Resultado del ejercicio anterior < \$0) y (Resultado del último ejercicio < \$0) • <u>Riesgo de Insolvencia:</u> (Activo Corriente / Pasivo Corriente) < 1,0, del ejercicio anterior y (Activo Corriente / Pasivo Corriente) < 1,0, del último ejercicio. (Decreto 1378, 2021)	Riesgo de Insolvencia

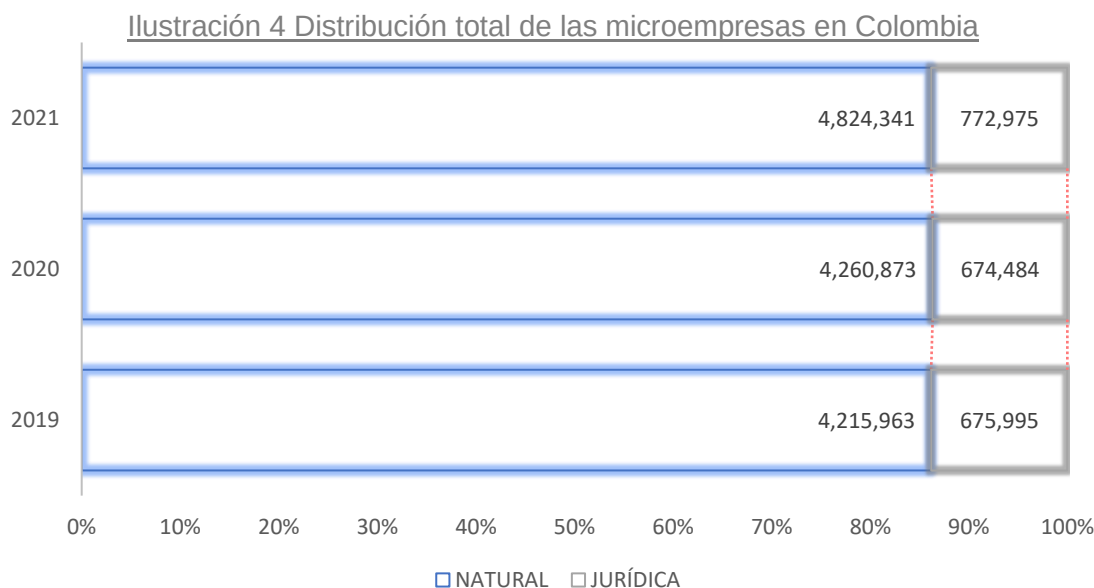
Fuente: Elaboración propia.

5.1.3. Población y Muestra

5.1.3.1. Población

La población está constituida por los microempresarios del sector textil en la división de confección de prendas de vestir, de la ciudad de Bogotá D.C. de las localidades de Usaquén, Suba y Kennedy, que tengan un mayor riesgo de sufrir cierre o quiebra en relación con las grandes empresas y multinacionales del sector textil.

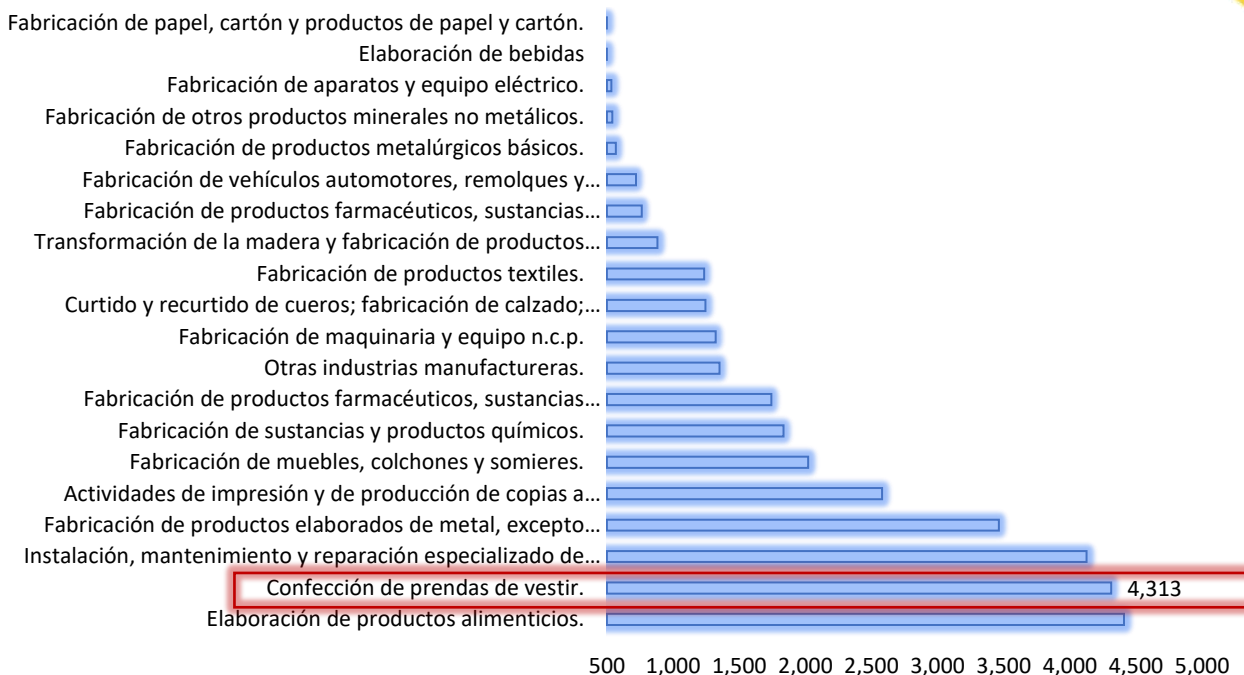
De acuerdo al censo del DANE, publicado en el boletín estadístico de empresas 2019-2021 (DANE, 2022a) el universo total para el 2021 de las microempresas en Colombia fue de 5.597.316 repartidas así:



Fuente: boletín directorio estadístico empresas DANE 2019-2021

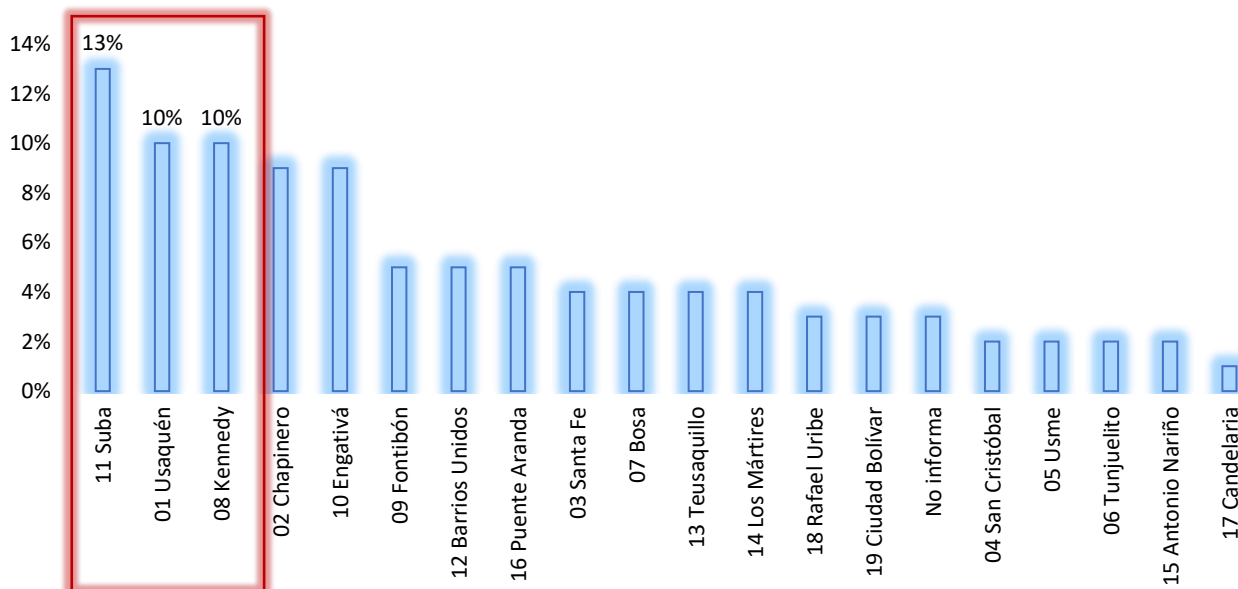
Teniendo en cuenta que esta investigación se enfoca en la población de Bogotá D.C. y en las localidades de: Kennedy, Usaquén y Suba, se filtraron únicamente las empresas del sector manufacturero de la ciudad de Bogotá D.C. de las localidades antes mencionados, por lo que se obtuvieron los siguientes datos:

Ilustración 5 Microempresas en Bogotá por sector económico 2022



Fuente: https://www.informacion-empresas.co/C_INDUSTRIAS-MANUFACTURERAS/Departamento_BOGOTA.html

Ilustración 6 Distribución de empresas activas por localidad



Fuente: <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-ACTIVAS-EI-52-de-las-empresas-activas-de-Bogota-se-ubican-en-5-localidades-del-norte-y-occidente-de-la-ciudad>

De acuerdo a las ilustraciones 4 y 5 respectivamente, se procedió a definir la población en 1.410 microempresas, teniendo en cuenta la participación de cada localidad en el universo total de las empresas de la ciudad:

Tabla 2 Distribución microempresas en Colombia [Población total]

Localidad	% participación sep. 2022	Población total
01 Usaquén	10%	436
08 Kennedy	10%	431
13 Suba	13%	543
Total		1,410

Fuente: Elaboración propia.

5.1.3.2. Muestra

La muestra estará conformada por 65 microempresarios de la confección de prendas de vestir, de las localidades de Usaquén, Kennedy y Suba de la ciudad de Bogotá D.C., quedando excluidas las microempresas de las demás ciudades de Colombia y de las demás localidades de la ciudad de Bogotá D.C.

Para hallar el número de muestra se aplicó un muestreo probabilístico por conglomerados y/o racimos, teniendo en cuenta que: “...supone una selección en dos o más etapas, todas con procedimientos probabilísticos. En la primera, se seleccionan los racimos siguiendo los pasos ya señalados de una muestra probabilística simple o estratificada. En las fases subsecuentes, y dentro de estos racimos, se seleccionan los casos que van a medirse. Para ello se hace una selección que asegure que todos los elementos del racimo tienen la misma probabilidad de ser elegidos.” (Hernández. Fernández. y Baptista. Pág. 183. 2010)

Utilizando la fórmula para calcular el tamaño de una muestra finita tenemos:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

En donde:

Nivel de confianza Z= 1.645

Probabilidad en contra Q= 0.5

Probabilidad a favor P= 0.5

Margen de error E= 10%

Tamaño población N= 1,410

$$n = \frac{954}{15}$$

$$n = 65$$

Aplicando la fórmula, el grado de confianza (Z) de la muestra seleccionado será del 90% = 1.645; el margen de error (E) será del 10%; la probabilidad de ocurrencia es del +50% y -50% respectivamente (P, Q); y el tamaño de la población fue de 1,410, dejando como resultado una muestra (n) de 65. Con lo anterior tenemos que debemos aplicar en dos localidades 22 encuestas y 21 encuestas en la restante, para un total de 65, como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3 Distribución de la muestra por localidad

Localidad	% participación sep 2022	Población total	Muestra
01 Usaquén	10%	436	22
08 Kennedy	10%	431	21
11 Suba	13%	543	22
Total Población		1,410	65

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Segundo nivel

5.2.1. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Teniendo en cuenta que el objetivo de este trabajo es determinar el riesgo de cierre o quiebra de las pequeñas y medianas empresas del sector textil en Bogotá, en comparación con grandes empresas y multinacionales, así como estudiar los factores claves que aumenta dicho riesgo, la investigación será de tipo explicativa, entendida como aquella que “va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, está dirigida a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (Hernández, 2014, p.95).

A su vez, se emplea el método de investigación inductivo, que, de acuerdo con Hernández (2014), es aquel que permite explorar y describir las variables de estudio para posteriormente generar perspectivas teóricas o afirmaciones que trascienden de lo particular a lo general; y, a partir de un fenómeno dado, permite encontrar similitudes en diferentes ámbitos, facilitando el entendimiento de los procesos, cambios y comportamiento de dichas variables.

Así pues, siguiendo la línea del marco teórico de la investigación, las ventajas competitivas de las pequeñas y medianas empresas del sector textil en Bogotá, en comparación con las de las grandes empresas y multinacionales durante el periodo posterior a la pandemia por el COVID-19, los factores determinantes de su cierre o quiebra pueden ser cuantitativos y cualitativos, que solo podrán ser identificados a partir de la observación y análisis del comportamiento de algunas empresas. Por tal motivo, será pertinente seleccionar algunas empresas en particular, con respecto a las cuales se pueda obtener información sobre su comportamiento y las estrategias empleadas en el periodo durante y post pandemia, para luego llegar a hacer afirmaciones más generales sobre las empresas del sector.

En ese sentido, tal como lo afirma Behar (2008), el método inductivo permitirá formular leyes generales, a partir de la observación del comportamiento particular de ciertas empresas, es decir, mediante la generalización del comportamiento observado, cuya aplicación se considerará válida en la medida en que no se encuentre ningún caso que no cumpla el modelo propuesto, dejando abierta la posibilidad de que nuevas investigaciones en la materia puedan perfeccionar, corregir, validar o negar las conclusiones de la investigación. De esta manera, se

amplía el campo y las perspectivas del conocimiento del comportamiento de las organizaciones, frente a factores externos, como la pandemia.

Por otro lado, se reconoce que es altamente probable que las ventajas competitivas de las empresas pequeñas, en comparación con las de las más grandes, durante el periodo posterior a la pandemia, se concentren en factores cuantitativos y no solo cualitativos en términos de estrategia, lo cual podría ser determinante para modificar las conclusiones de la investigación. Es esta la razón por la cual se aplicará un enfoque metodológico mixto, definido por Hernández (2014) como un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias, producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Para Hernández (2014), “un factor adicional que ha detonado la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación abordados en las distintas ciencias. Éstos representan o están constituidos por dos realidades, una objetiva y la otra subjetiva, como sucede al investigar objetos de estudio relacionados con las relaciones interpersonales (...) que son tan complejos y diversos que el uso de un enfoque único, tanto cuantitativo como cualitativo, es insuficiente”. (p.526)

Dentro de las ventajas de usar el enfoque mixto, este autor también destaca que permite: “producir datos más ricos y variados, mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis; potenciar la creatividad teórica por medio de suficientes procedimientos críticos de valoración; posibilidad de tener mayor éxito al presentar resultados a una audiencia hostil, por ejemplo, un dato estadístico puede ser más “aceptado” por investigadores cualitativos si se presenta con segmentos de entrevistas; y desarrollar nuevas destrezas o competencias en materia de investigación, o bien reforzarlas”. (p.527)

En ese sentido, con el enfoque mixto se busca complementar los resultados esperados a través de la implementación del método inductivo, teniendo en cuenta que, como lo señala Hernández (2014), el enfoque mixto propende por el logro de una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno puesto que intenta constatar la validez de las afirmaciones generales, al contrastar datos cuantitativos y cualitativos para corroborar o no los resultados y

descubrimientos; y porque ambas aproximaciones han evolucionado y hoy en día asumen valores fundamentales comunes, tales como la confianza en la indagación sistemática, el supuesto de que la realidad es múltiple y construida, la creencia en la falibilidad del conocimiento (posibilidad de cometer errores) y la premisa de que la teoría es determinada por los hechos.

5.2.2. Técnicas de análisis de datos

Con base en el enfoque mixto de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de los datos a usar, serán: las entrevistas semiestructuradas, los cuestionarios y la revisión de registros históricos y documentos que den cuenta de la gestión y el comportamiento organizacional y financiero de las empresas. Esto debido a que pueden ser codificados numéricamente, pero a su vez, también pueden ser analizados como texto.

De igual manera, se emplearán las entrevistas semiestructuradas ya que estas brindan la posibilidad de llevar a cabo un trabajo de planificación, elaborando un guión con antelación, en aras de priorizar aquella información temática que se quiere obtener, pero pudiendo realizar preguntas abiertas. Así mismo, durante el transcurso de esta se relacionarán temas y se irá construyendo un conocimiento generalista y comprensivo de la realidad de los entrevistados (Murillo, 2012), que, para este caso particular, se prevé que sean directivos y empleados de las empresas.

Por su parte, los cuestionarios serán auto suministrados y con preguntas cerradas, ya que, como lo afirma Hernández (2014), son más fáciles de codificar y preparar para su análisis cuantitativo. Asimismo, estas preguntas requieren un menor esfuerzo por parte de los encuestados, que no tienen que escribir o verbalizar pensamientos, sino únicamente seleccionar la alternativa que sintetice mejor su respuesta.

Finalmente, se llevará a cabo una revisión de registros históricos y documentos que den cuenta de la gestión y el comportamiento organizacional y financiero de las empresas, ya que permitirán tener datos observables sobre las estrategias empleadas por las empresas del sector en el periodo de estudio, y se podrán obtener conclusiones generales de mayor confiabilidad.

5.2.3. Técnica para el procesamiento de los datos

Para el procesamiento de los datos, se realizará un análisis de codificación de los datos, en el que se identificarán las variables arrojadas por los instrumentos y herramientas de recolección, y en caso de considerarlo necesario, se adelantará un ejercicio de categorización. Para esto, se hará una depuración y consolidación de los resultados de los cuestionarios y se analizará la información resultante de las entrevistas y la revisión documental.

El procedimiento de codificación es útil para este trabajo, porque, como lo describe Hernández (2014) consiste en encontrar y dar nombre a los patrones generales de respuesta (respuestas similares o comunes), listar estos patrones y después asignar un valor numérico o un símbolo a cada patrón. Así, un patrón constituirá una categoría de respuesta para cerrar las preguntas abiertas, para lo cual se llevará a cabo lo sugerido por el autor, a saber: seleccionar determinado número de cuestionarios mediante un método adecuado de muestreo, que asegure la representatividad de los participantes investigados; observar la frecuencia con que aparece cada respuesta en las preguntas; elegir las respuestas que se presentan con mayor frecuencia (patrones generales de respuesta); clasificar las respuestas elegidas en temas, aspectos o rubros, de acuerdo con un criterio lógico, cuidando que sean mutuamente excluyente; darle un nombre o título a cada tema, aspecto o rubro (patrón general de respuesta); y asignarle el código a cada patrón general de respuesta.

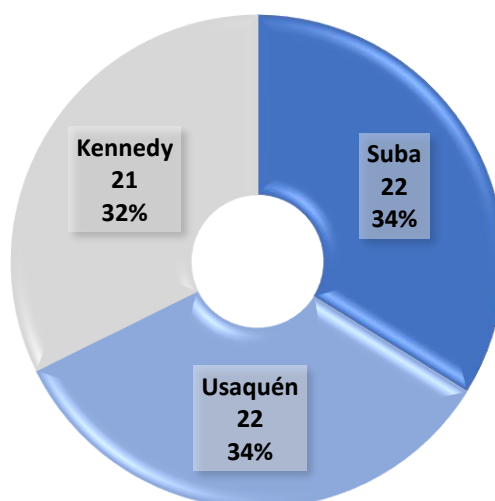
Posteriormente, como lo indica Behar (2008), en la presente investigación se presentará la información a través de técnicas didácticas, tales como gráficas, tablas, cuadros, cuadros, entre otros, facilitando el análisis, interpretación y discusión de los datos, así como la generalización de los resultados, en el marco del enfoque inductivo del trabajo.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

6.1. Análisis de la situación actual

De acuerdo a la metodología anteriormente expuesta, el 32% de los empresarios estuvieron ubicados en Kennedy, el 34% en Suba y el 34% en la localidad de Usaquén; el 89% de ellos son microempresarios y el 10.7% se auto percibe como pequeña empresa.

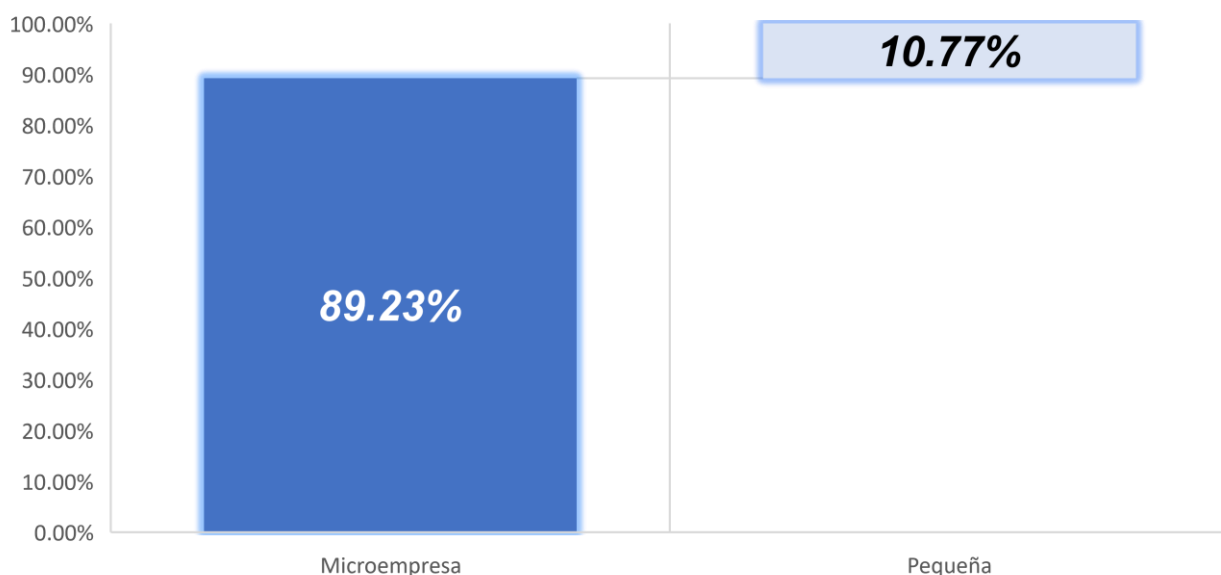
Ilustración 7 En qué localidad está ubicado



Hecha la evaluación de los factores del entorno interno y externo que se pretenden estudiar bajo la metodología anteriormente expuesta, se evidencia en cuanto al análisis de la situación actual que 9 de cada 10 negocios dedicados a la industria textil se catalogan como micronegocios. Según el DANE en su Boletín técnico “Encuestas de micronegocios” (DANE, 2022c), las personas dueñas de dichos microestablecimientos cumplen con las siguientes características:

- ✓ Son propietarios del capital de trabajo con el que desarrollan la actividad económica de su negocio, habiendo adquirido, la materia prima, la maquinaria planta y equipo con el que operan, el vehículo o vehículos con los que trabajan, los productos fabricados o comercializados.
- ✓ Son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación del servicio que genera los ingresos
- ✓ Son los responsables de buscar su clientela y por ende, de hacer crecer su negocio.
- ✓ Estos microestablecimientos pueden operar con una sola persona.

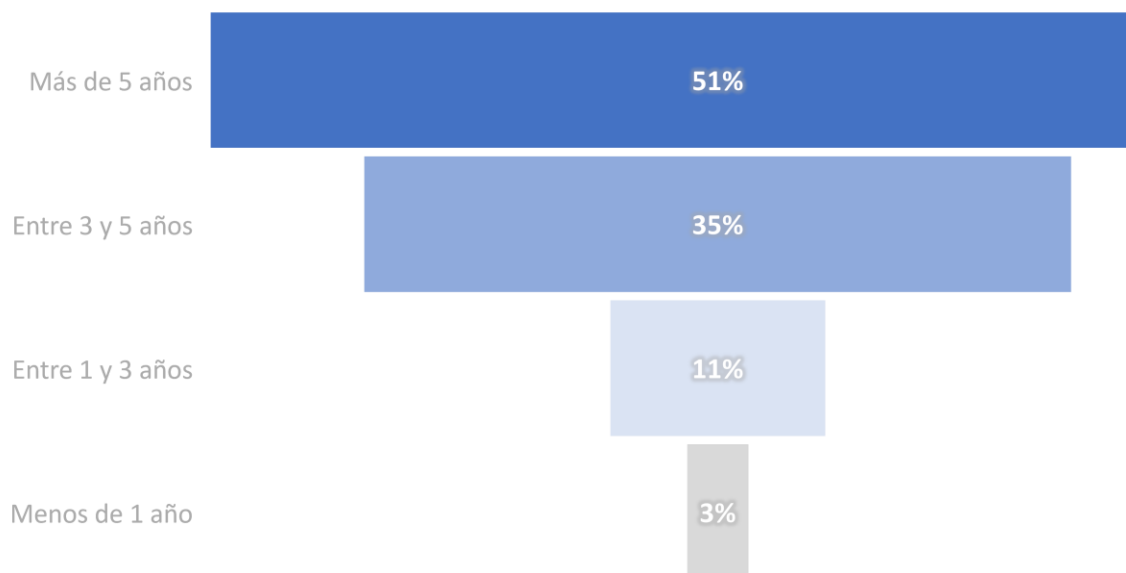
Ilustración 8 Su empresa está catalogada como:



Más del 50% de los encuestados tienen su negocio hace más de 5 años y sólo el 3% lo tiene hace menos de un año. Otro aspecto fundamental visto en este segmento de situación actual es la antigüedad de los establecimientos, el 51% de estos negocios tienen una antigüedad de más de 5 años. Podríamos decir que ya se han establecido como un negocio derivado de la industria textil e indirectamente podríamos afirmar su importancia en el desarrollo económico del país.

La industria manufacturera de los micronegocios dedicados a la industria manufacturera creció un 5,9% interanual del segundo trimestre del 2021 al segundo trimestre del 2022, este mismo rubro ocupa un 4% más de personal respecto al periodo anterior. DANE (2022c). No obstante, en el momento del desarrollo de este trabajo de investigación la confianza de los comerciantes se ubicó por debajo del promedio de los anteriores tres meses (27%), lo cual muestra que las expectativas sobre la economía en los comerciantes han ido disminuyendo. Fedesarrollo (2022).

Ilustración 9 ¿Desde hace cuánto su negocio entró en operación?

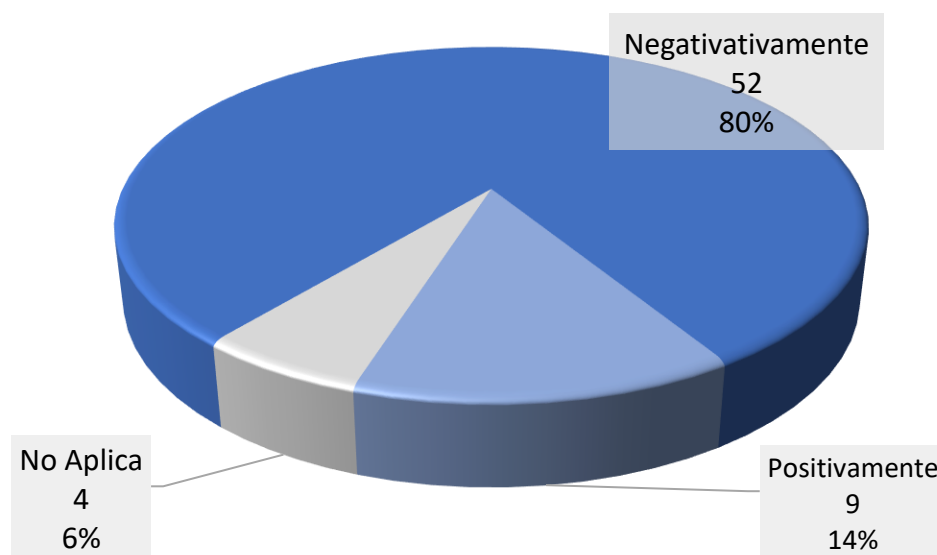


6.2. *Análisis del momento vigente de sus negocios*

El 80% de los microempresarios considera que la crisis del COVID-19 los afectó de manera negativa. La cantidad de empresas activas paso de 441.075 en 2019 a 387.784 unidades en 2020, disminuyendo en 12%, lo que equivale a 53.291 empresas menos, este fenómeno afectó principalmente a las micro y pequeñas empresas en Bogotá, no obstante, las medianas y grandes empresas incluso reportaron aumento en el número de empresas activas en 2020. Para este mismo año, la tasa de desempleo en Bogotá se ubicó en 18,4%, superior a la registrada en Colombia (16,1%). En términos absolutos el número de desocupados fue de 809.604 para todo 2020.

Por su parte, el número de ocupados para el año completo 2020 fue de 3.628.013 personas, 558 mil menos de que en 2019. Principales efectos de las medidas tomadas a raíz de la pandemia por el Covid-19 en la economía bogotana, Alcaldía Mayor de Bogotá (2021).

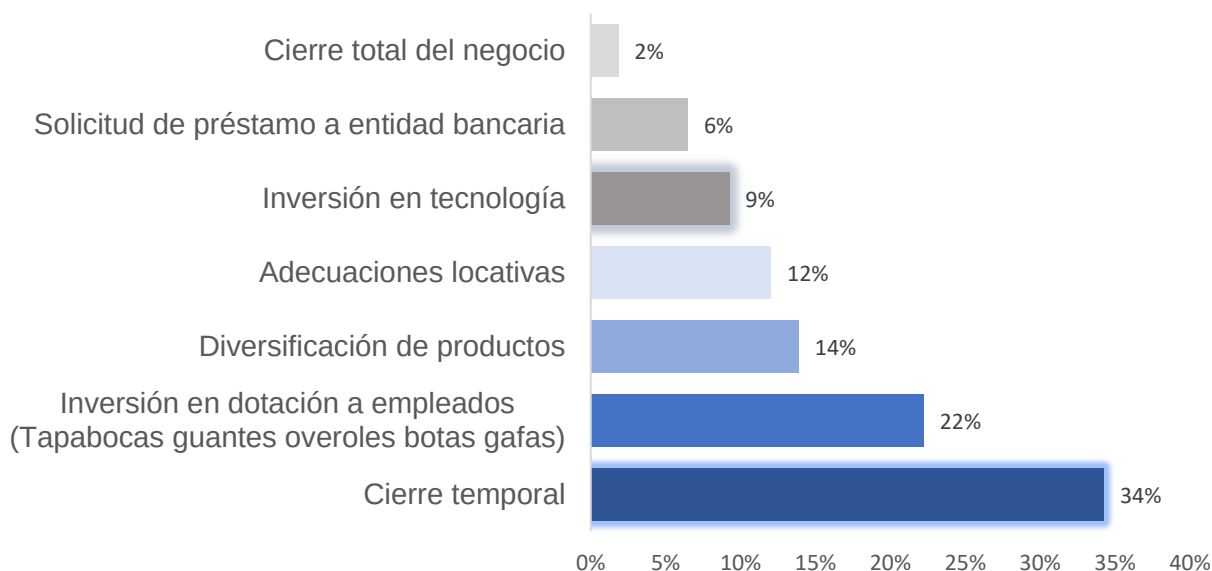
Ilustración 10 ¿Cómo cree que afectó el Covid-19 a su empresa durante la pandemia?



6.3. Análisis de los imprevistos durante la pandemia

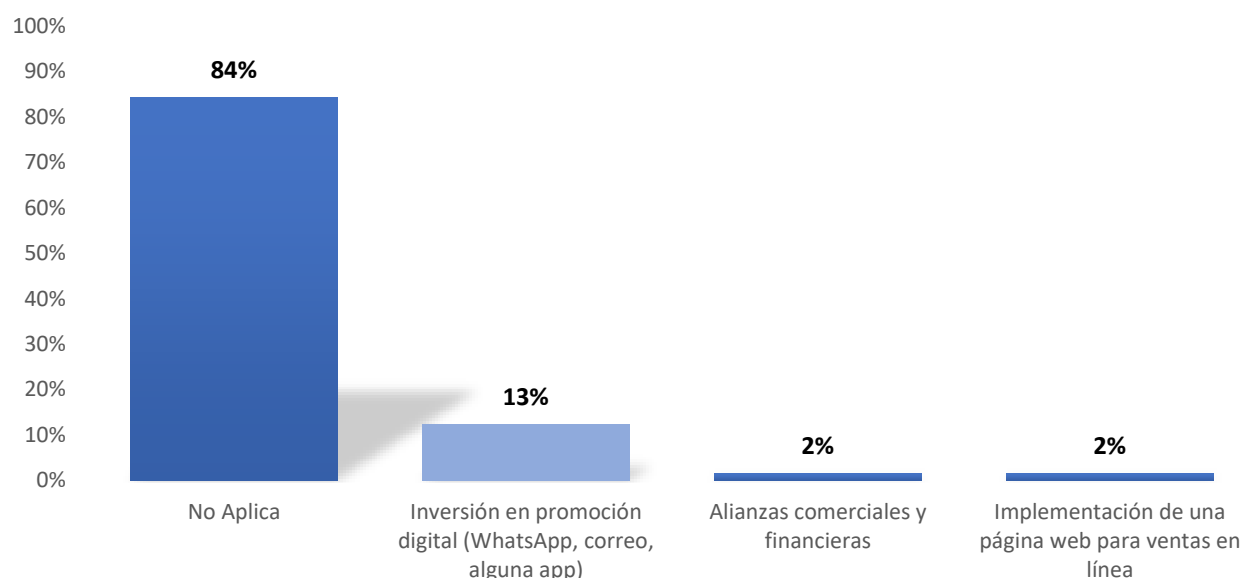
El 34% de las microempresas implementó un cierre temporal, el 22% inversión en dotación a empleados y otras diversificaron sus productos (15%), y otras prefirieron realizar inversiones en tecnología (9%), de los cuales la promoción digital fue la opción más utilizada en materia tecnológica.

Ilustración 11 De las siguientes opciones, ¿qué medidas implementó en su empresa durante la contingencia COVID-19?



De acuerdo con las encuestas realizadas, observamos que la medida que mayormente se implementó fue el cierre temporal del negocio (34%) seguida de la inversión en dotación a los empleados (Tapabocas, guantes, overoles, botas, etc.) representado por un 22%. Dada la coyuntura, esperábamos que repuntara la inversión en tecnología, entiéndase como inversión en promoción digital, alianzas comerciales y financieras e implementación de página web, sin embargo, apenas el 9% del total de las empresas optó por esta medida para sobrellevar la coyuntura. Lo anterior se especulaba, debido a que la pandemia COVID-19 aceleró el proceso de digitalización de las compañías.

Ilustración 12 Si su respuesta fue "Inversión en tecnología" por favor seleccionar una opción

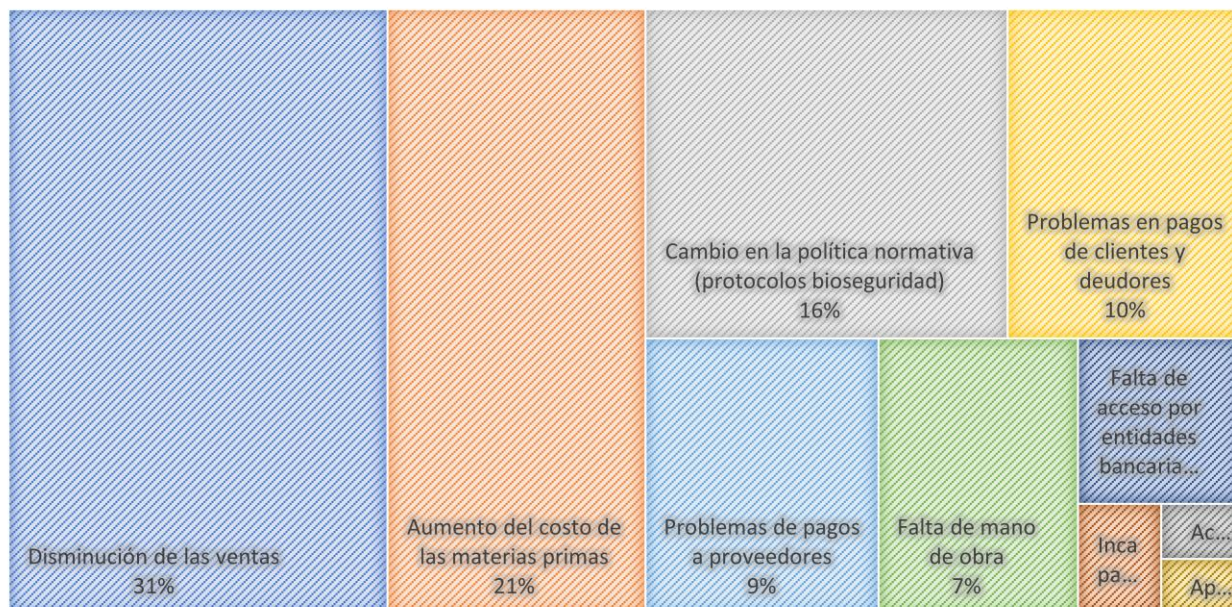


En consecuencia, a lo anterior, las redes sociales la última década han tomado una importancia dentro de las estrategias de publicidad, esto se ve en la manera de cómo las empresas cada vez diversifican más sus contenidos para cada plataforma. En este sentido, Facebook (96,2% de la inversión), Instagram (92,5%), Twitter (90,6%), YouTube (86,8%) y LinkedIn (83%) estas plataformas son las más utilizadas como herramientas tecnológicas para impulsar su negocio, No obstante, también las empresas se publicitan a través de plataformas como Pinterest (28,3% de la inversión) Tik Tok (22,6%), WhatsApp Business (13,2%) o Snapchat (9,4%), entre otras, aunque con una "inversión" entiéndase en dedicación mucho menor que la destinada a las principales redes sociales. ISDI EDUCATION (2021)

Esto sumado a que un 62,3% de empresas cuenta con un plan estratégico de digitalización, frente a un 24,5 que no dispone del mismo; y solo un 53% de las empresas incluye la capacitación digital en sus planes de formación. ISDI EDUCATION (2021).

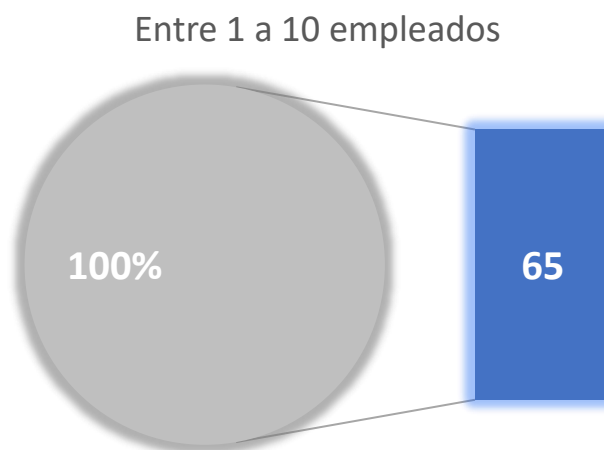
El 31% de los microempresarios se vio afectado por disminución de las ventas, el 21% por aumento del costo de las materias primas y el 16% por Cambio en la política normativa (protocolos bioseguridad).

Ilustración 13 ¿Se vio afectado por alguna de las siguientes situaciones?



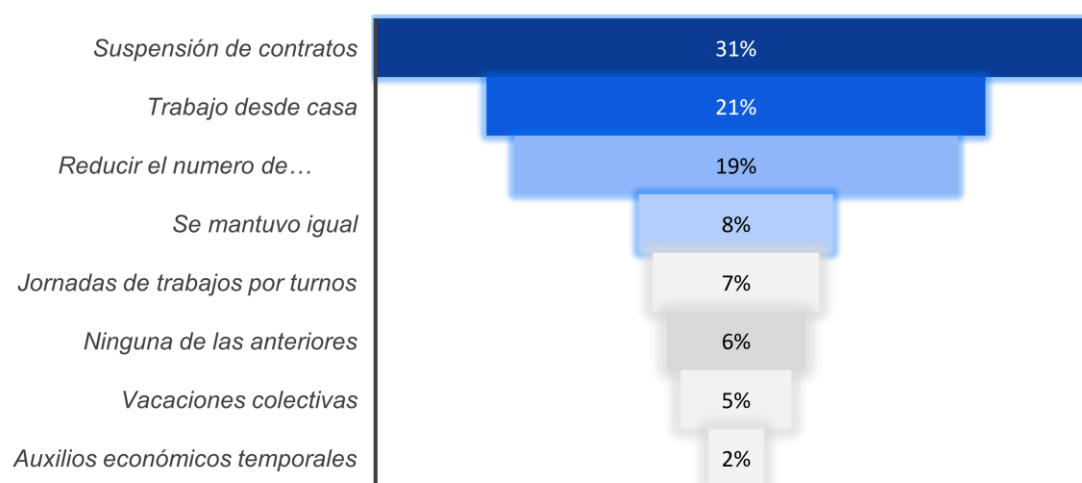
6.4. Análisis del capital de trabajo

Ilustración 14 Entre Agosto/2021 y Agosto/2022, ¿Cuántos empleados ha tenido vinculados a su empresa?



El 100% de los microempresarios encuestados tienen entre 1 y 10 trabajadores: La suspensión de contratos y el trabajo desde casa fueron las principales estrategias de los microempresarios encuestados frente al COVID-19

Ilustración 15 Para sus empleados y/o compañeros de trabajo, ¿qué medidas implementó su empresa durante la contingencia del COVID-19?



Es así como, de acuerdo con los resultados arrojados en el presente trabajo, se evidencia una baja capacidad de estas empresas no solo para implementar estrategias innovadoras, sino para mantener mínimamente su eficacia operativa, frente al comportamiento de los factores en mención en el contexto de la pandemia. Esto en primer lugar, porque frente a las particularidades del entorno microeconómico y el estado del clúster (Cámara de comercio de Medellín, 2022), las empresas tuvieron baja capacidad de mantener los contratos de sus colaboradores, lo que se traduce en incapacidad de estas para mantener el capital trabajo en niveles constantes, y a su vez en una baja eficacia operativa. Además, se evidencia una baja eficacia operativa en estas empresas ya que en su mayoría no pudieron implementar la modalidad de teletrabajo.

No obstante, una fortaleza del clúster es que, al haber tomado decisiones muy similares, y el hecho de que la mayoría de los microempresarios tuvieran un comportamiento estándar, se vio reflejado en un crecimiento positivo de los ingresos a pesar de la baja en las ventas, y la competencia que suponen las grandes empresas. Así, es posible concluir que, si bien, de forma individual, algunos factores afectaron negativamente a los microempresarios debido a su incapacidad para crear estrategias efectivas en el contexto de la pandemia, el clúster logró tomar decisiones de forma unificada, lo que se tradujo en su fortalecimiento, como estrategia para que

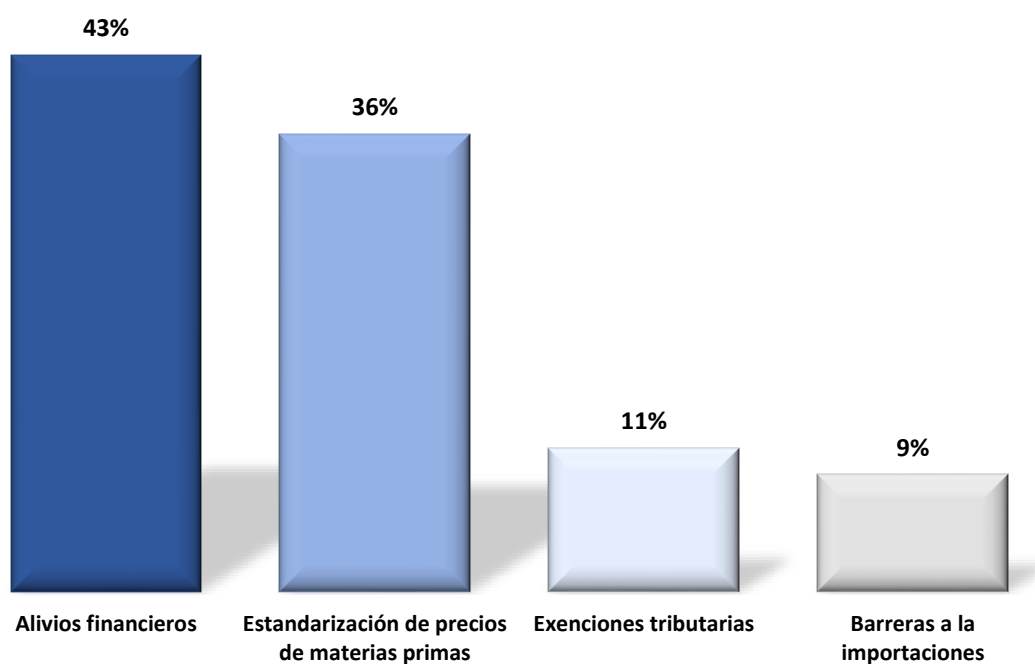
sus ingresos no se vieran afectados ante la amenaza de la competencia de las grandes empresas.

6.5. *Análisis de las medidas del gobierno*

4 de cada 10 microempresarios considera que se debió apoyar más los alivios financieros y 3 de cada 10 considera que la estandarización de precios de materias primas, fueron las medidas que debió apoyar más el gobierno nacional para el control del COVID-19 en Bogotá D.C.

Por otro lado, en cuanto al comportamiento del sector frente a las medidas y políticas del gobierno nacional, se puede concluir que este se vio beneficiado por las decisiones del gobierno nacional, ya que fue considerado como un ámbito prioritario para la reactivación económica (Congreso de la República, 2021b), entre otras cosas, luego de las constantes presiones gremiales, principalmente por parte de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines (CCCyA). En ese sentido, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo aseguró que el Gobierno puso en marcha una agenda integral que aborda aspectos que van desde la formalización y el emprendimiento, pasando por la productividad, el financiamiento y las compras públicas, hasta la promoción de exportaciones y el comercio legal y leal (La República, 2021b).

Ilustración 16 De la siguiente lista, ¿Qué medida cree que el gobierno debió apoyar más?



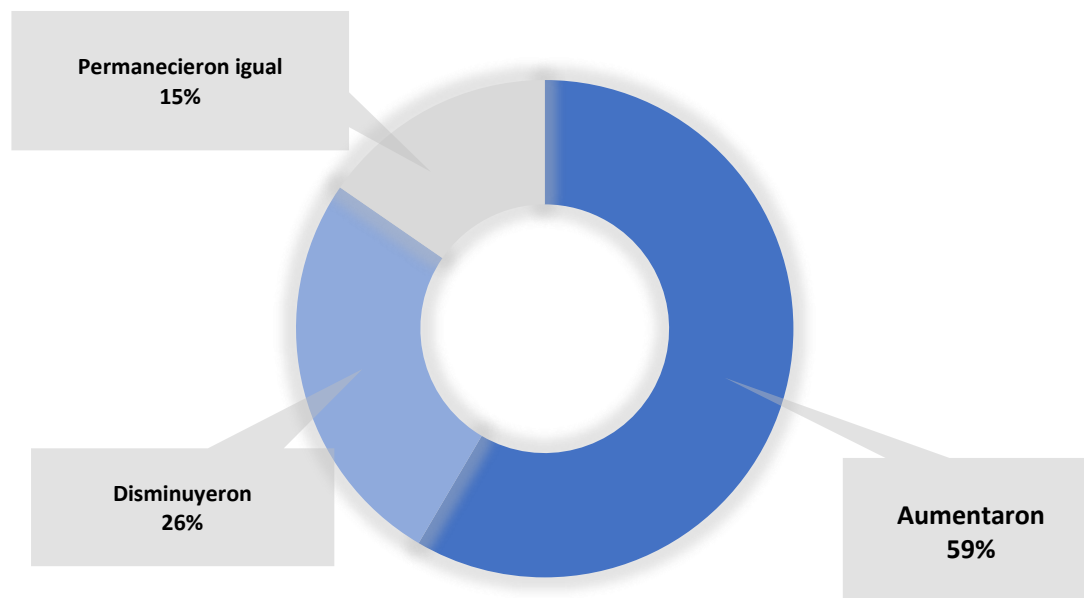
Es así como se evidencia que las presiones gremiales frente a la situación particular del contexto de la pandemia también fueron una estrategia que le permitió a los pequeños y medianos empresarios del sector lograr condiciones favorables para competir frente a las grandes empresas; y una muestra de ello es que la mayoría de los encuestados respondieron de forma unánime, ante la pregunta de las medidas de gobierno, que esperaban mayores alivios financieros para el sector, de forma tal que pudieran tener como sector un mayor nivel de liquidez; así como la estandarización de precios, que les permitiera competir mejor frente a las grandes empresas, pensando en que tal vez estas tendrían mayor flexibilidad para competir con precios de mercado poco variables frente a un aumento de los costos de producción.

Frente a esto en particular, el Ministerio de Comercio también accedió a las peticiones del gremio, afirmando que, “en materia de financiamiento, desde Bancóldex se han desembolsado recursos por \$51.092 millones en créditos directos para atender 111 MiPymes del sector, \$661.059 millones en créditos de redescuento para atender 25.821 empresas y \$1,9 billones en garantías del FNG, con lo cual se obtuvo 70.908 operaciones de crédito garantizadas y 60.337 empresas atendidas” (La República, 2021b).

6.6. *Análisis de la variación de ingresos*

La percepción de las ventas es optimista, ya que el 59% considera que sus ingresos aumentaron entre Agosto/2021 y Agosto/2022 y sólo el 26% piensan que disminuyeron.

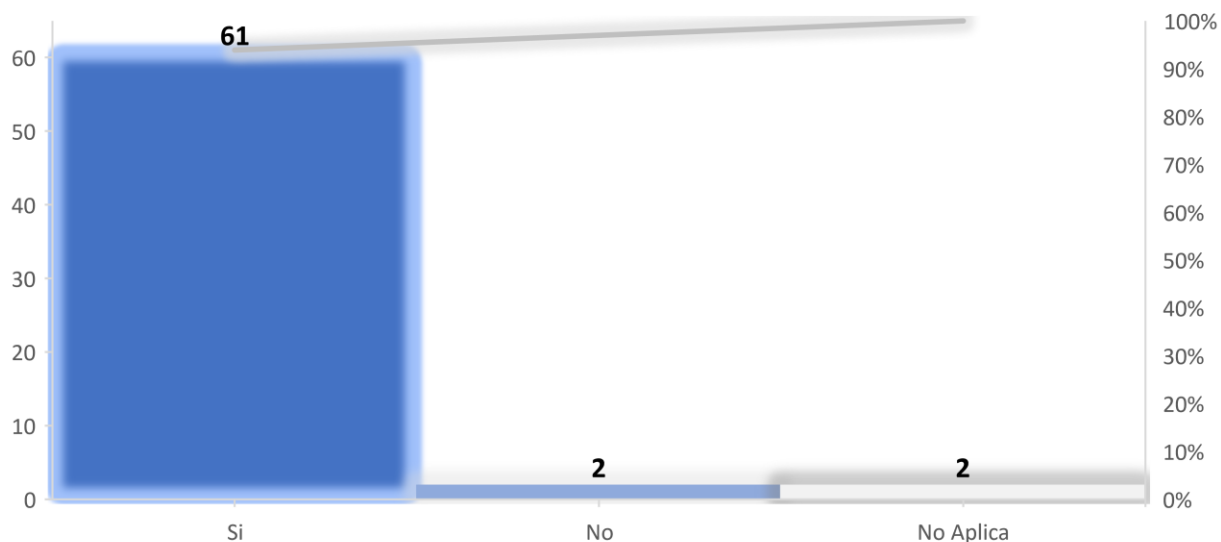
Ilustración 17 Entre Agosto/2021 y Agosto/2022, sus ventas:



Los pequeños y medianos empresarios del sector textil lograron implementar una buena estrategia para mantenerse a flote y competir frente a sus grandes rivales, al implementar medidas uniformes entre ellos, pero individualmente sus empresas únicamente, y con dificultad, lograron mantener su eficacia operativa, aumentando el riesgo de cierre y presentando niveles bajos de competitividad frente a grandes rivales.

De acuerdo con los resultados arrojados por la encuesta aplicada a micro y pequeños empresarios de las localidades de Kennedy, Suba y Usaquén, se evidencia una baja capacidad de estas empresas no solo para implementar estrategias innovadoras, sino para mantener mínimamente su eficacia operativa por sí solas. Sin embargo, se observa un fortalecimiento del gremio frente al contexto de la pandemia, que le permitió al sector en su conjunto mejorar su nivel de ventas y lograr beneficios importantes por parte del gobierno nacional.

Ilustración 18 ¿Considera que las medidas como el aislamiento obligatorio/voluntario ocasionaron el cambio de crecimiento en las ventas?



Así, en primer lugar, con base en el análisis de la variación de los ingresos de las pequeñas y medianas empresas, es posible concluir que, si bien, de forma individual, algunos factores afectaron negativamente a los microempresarios debido a su incapacidad para crear estrategias efectivas en el contexto de la pandemia, el clúster logró tomar decisiones de forma unificada, lo que se tradujo en su fortalecimiento, como estrategia para que sus ingresos no se vieran afectados ante la amenaza de la competencia de las grandes empresas. Además, la

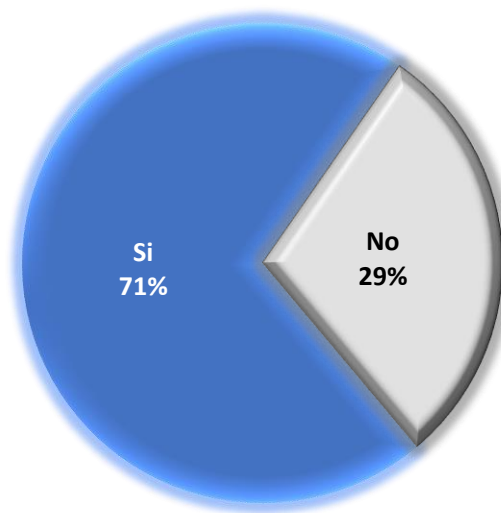
percepción optimista de los ingresos, a pesar de la caída inicial de las ventas, refleja una adaptación positiva de los pequeños y medianos empresarios ante las condiciones del entorno como por ejemplo las ventas virtuales, a través de redes sociales y plataformas de comercio electrónico.

Más del 94% de las microempresas piensan que las ventas se vieron afectadas por las medidas para enfrentar el COVID-19. Lo anterior también guarda concordancia con las declaraciones de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que afirmó que, en el contexto de pandemia posterior a 2020, el comercio electrónico presentó un alza de 11% semana, lo que se tradujo en un aumento del 86% de las transacciones que permitieron a las empresas de diferentes sectores, entre ellos el textil, sobrepasar los ingresos en más de \$22,2 billones de pesos (La República, 2021a). Esto a su vez guarda relación con la percepción optimista frente a las ventas por parte de los encuestados

6.7. *Análisis de los suministros y materias primas.*

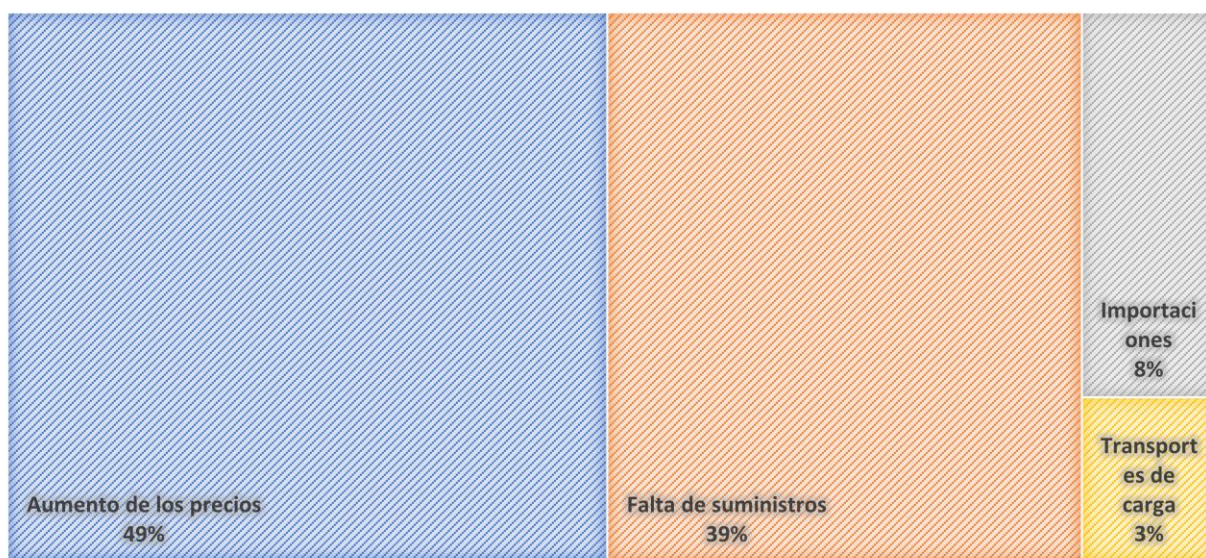
El 71% de las microempresas han tenido problemas en el suministro de materias primas o mercancías entre Agosto/2021 y Agosto/2022. Se les preguntó a los microempresarios de la industria textil si habían tenido problemas en el suministro de las materias primas o mercancías, más del 70% informó que si había tenido problemas para adquirir los insumos para atender sus operaciones diarias.

Ilustración 19 ¿Tuvo problemas en el suministro de materias primas o mercancías?



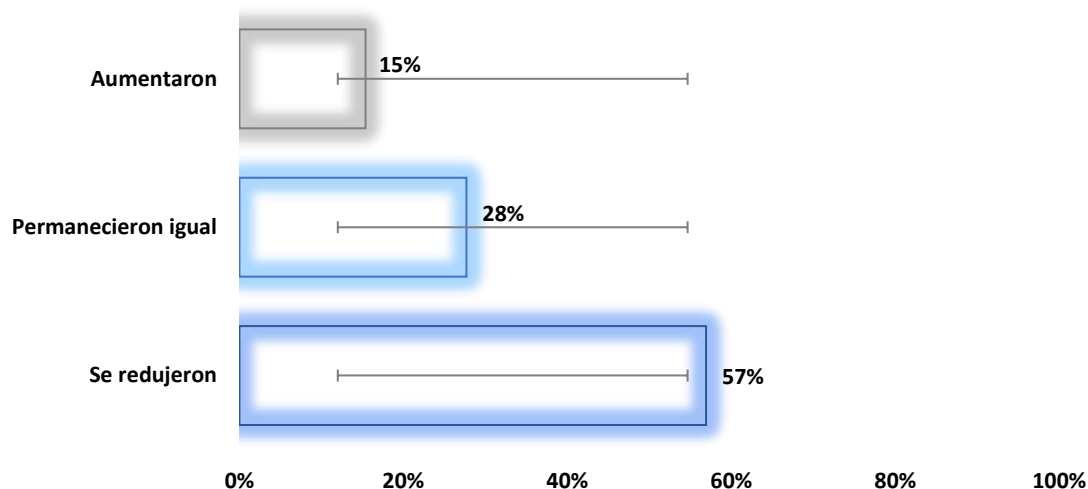
Los resultados del análisis de los suministros y materias primas muestran que ya se evidencian importantes problemas con la operación diaria. Mirando hacia el futuro, los microempresarios esperan que la situación de compra de insumos y materias primas se agrave con la situación macro económica mundial, más exactamente con todo lo relacionado con la tasa representativa del mercado (TRM) y la volatilidad que está mostrando en la mayoría de países latinoamericanos y en general que tienen sus deudas en dólares americanos (Barría, 2021). Los aumentos de los precios, la falta de suministros y las importaciones son las tres mayores dificultades de los empresarios con el suministro de materias primas o mercancía

Ilustración 20 De la siguiente lista, tuvo algún problema con la adquisición de sus materias primas



Por ello, no sorprende que la respuesta con mayor elección sobre el principal problema con la adquisición de sus materias primas haya sido el aumento de los precios, con el 49% del total de las respuestas dadas. El principal problema para los empresarios del sector textil y en general de cualquier industria en Colombia es que sus insumos y materias primas se importan y se pagan en dólares americanos y como ya vimos antes, esto genera inflación en los precios y afecta enormemente sus márgenes de operación y de ejercicio. Más del 57% de los microempresarios piensan que se redujeron durante la pandemia.

Ilustración 21 ¿Durante la pandemia sus niveles de inventario se redujeron, permanecieron igual o aumentaron?

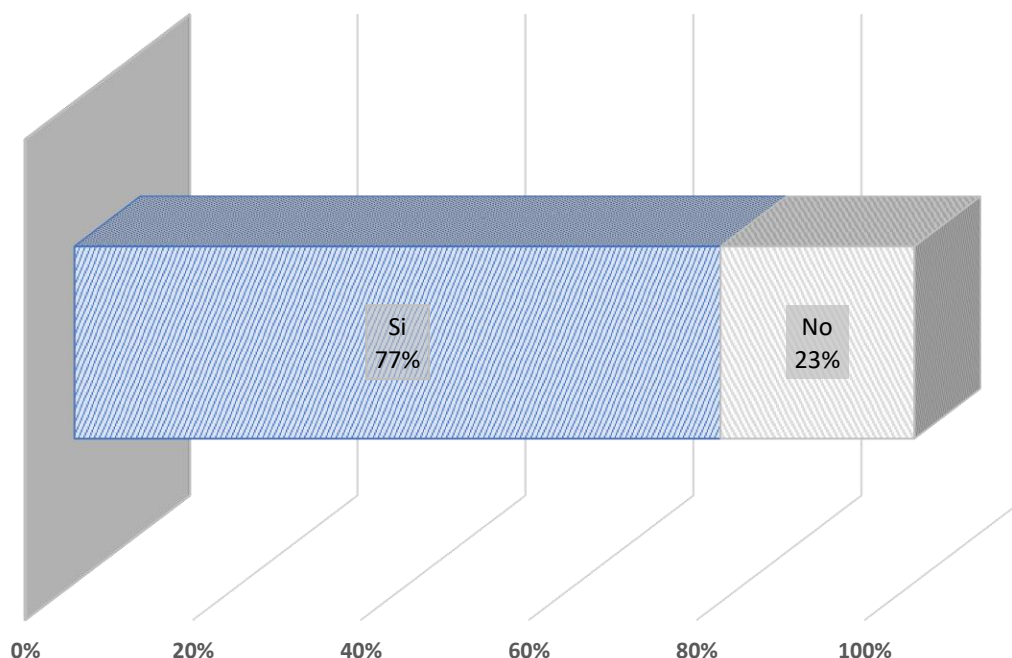


Además, estos problemas están significando una disminución de sus niveles de inventario, como lo afirman así el 57% de las respuestas dadas. La disminución en los niveles de sus insumos, materias primas y productos terminados genera una ampliación de la brecha entre las grandes empresas y multinacionales del sector textil y la industria nacional y de paso los microempresarios, que al no tener estrategias claras de competitividad van a quedar cada vez más relegados y por ende en riesgo de insolvencia.

6.8. Análisis de los precios en el mercado

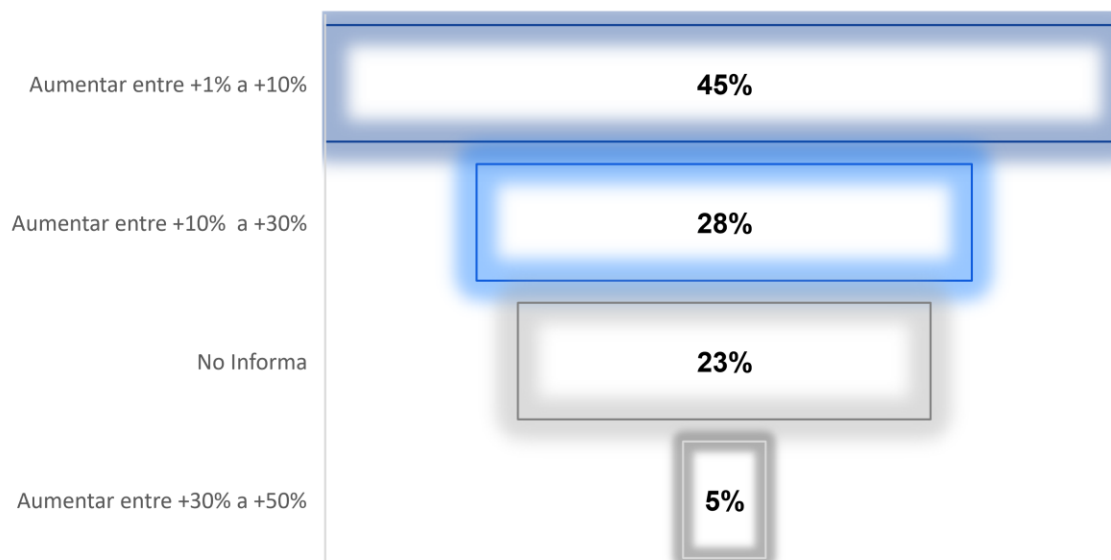
Luego de analizar los suministros y materias primas continuamos con el comportamiento del precio y como los microempresarios manejaron sus márgenes brutos entre agosto de 2021 y agosto de 2022. El 23% de los microempresarios no aumentaron los precios de sus productos. El 77% que sí los incrementó, lo hizo en su mayoría entre el +1% a +10%.

Ilustración 22 Entre Agosto/2021 y Agosto/2022 ¿Aumentó los precios de venta de sus productos?



La gran mayoría (77%) coincidió en que la crisis del COVID-19 había ocasionado que su precio fuese aumentado. El 45% de los microempresarios indicaron que tuvo ajustar sus precios entre el 1% al 10%, que si lo examinamos con la variación del índice de precios al consumidor (IPC) que mide el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, en agosto/2021 se registró una variación mensual de 0.45 frente a los 1.02 de agosto/2022 (DANE, 2022b), lo que indica que el 10% en que los microempresarios ajustó sus precios de venta no está lejos de lo que el mercado está mostrando con los reportes de lo que llevamos del año 2022, y que si lo ponderamos con la variación anual que llevamos hasta octubre de 2022, tenemos una inflación reportada en el año corrida de 10.86% y una variación anual (2021-2022) del 12.22% (DANE, 2022b).

Ilustración 23 En qué porcentaje tuvo que reajustar los precios de sus productos

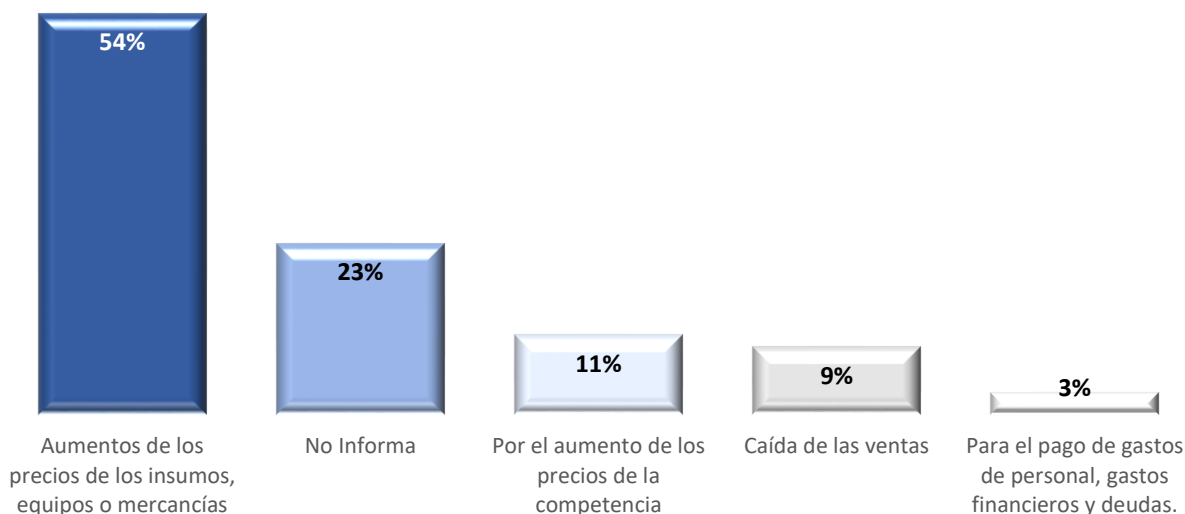


Por otro lado, los verdaderos problemas que han surgido con la venta de los productos y servicios de los microempresarios del sector textil con los ajustes por inflación, van más allá de la percepción del mercado o la competencia, lo que está quedando claro es que debido a las restricciones y demás medidas adoptadas por el gobierno nacional, es que los costos están superando los márgenes brutos y algunos microempresarios (28%) han tenido que elevar sus precios por encima del mercado entre el 10% y el 30% y una minoría (5%) lo ha tenido que ajustar hasta el 50%. El 77% los ha incrementado básicamente por aumentos de los precios de los insumos, equipos o mercancías y por el aumento de los precios de la competencia.

El aumento de los precios está relacionado con el costo de los insumos y materias primas de los productos, así lo creen el 54% de los microempresarios consultados, ya que muchos de estos productos son importados y como vimos en el análisis de los suministros, éstos están relacionados con la TRM y a la inflación.

Asimismo, el 11% de los microempresarios piensan que el aumento de los precios se da por la competencia; si un microempresario presta atención al mercado y evidencia un incremento en los precios de la competencia, justifica que de alguna manera todos los fabricantes de la zona sufren un alza en sus costos o disminución de sus márgenes brutos.

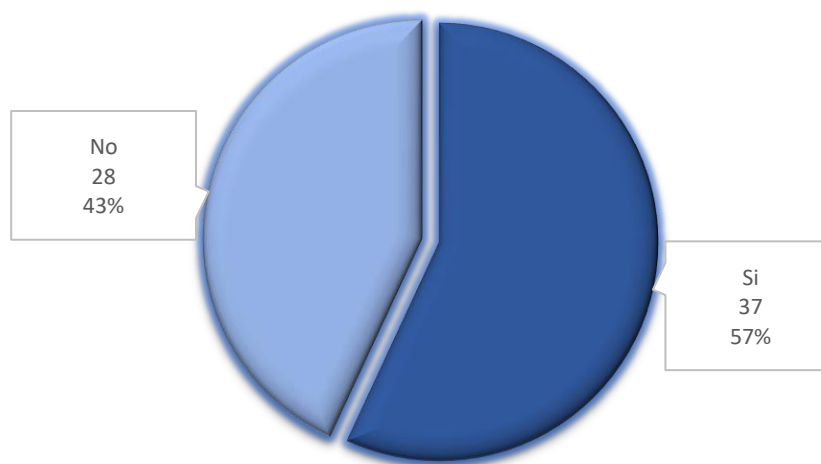
Ilustración 24 De la siguiente lista, Indique cuál cree usted que ocasionó el aumento de los precios de sus productos



6.9. Análisis de la capacidad de atender obligaciones financieras

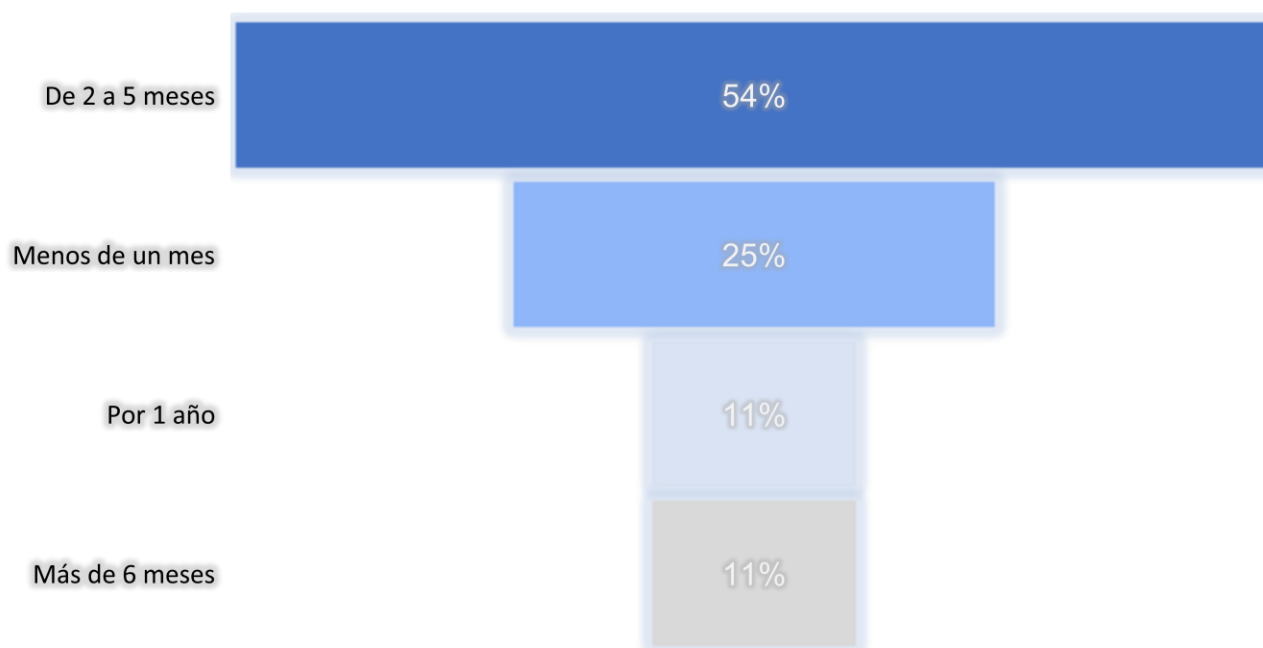
6 de cada 10 empresas tuvieron la capacidad financiera para cumplir sus compromisos (Capital de trabajo, deudas financieras y con terceros, etc.) y pudieron operar sin problemas de dos (2) a 5 meses.

Ilustración 25 Durante la pandemia, ¿Tuvo la capacidad económica para cumplir sus obligaciones financieras?



Al comprobar la relación de las obligaciones financieras de los microempresarios del sector de los textiles y las medidas tomadas por el Gobierno Nacional y Distrital producto de la pandemia por el COVID-19, se evidenció que el 43% de los encuestados tuvo que acceder a una ayuda financiera para poder atender sus obligaciones. Estos 28 microempresarios, analizados desde los datos recolectados mediante las encuestas realizadas y dos preguntas adicionales al cuestionario, donde se buscaba conocer el por qué no pudo cumplir con sus obligaciones financieras, mostró que entre más pequeño es la naturaleza del negocio, los niveles de endeudamiento son constantes, a la par que presenta mayores obstáculos para acceder a un crédito en una entidad financiera y deben recurrir a fondos propios o de terceros para responder.

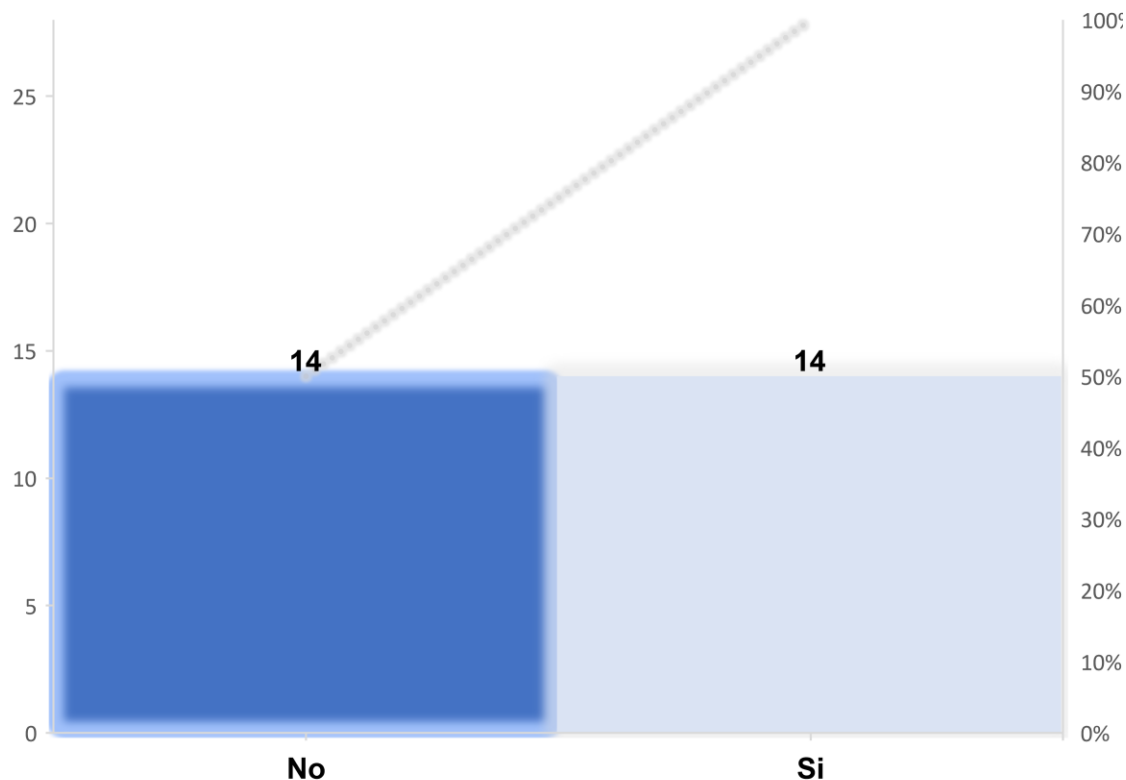
Ilustración 26 ¿Por cuánto tiempo pudo cumplir con las obligaciones de su empresa con sus recursos?



Cuando se sondeó por el tiempo en los que pudieron cumplir con las obligaciones de su empresa con sus propios recursos, la mayoría (54%) de los microempresarios respondieron que, de 2 a 5 meses, seguidos por los que lo hicieron al menos de un mes (25%). Lo que nos lleva a establecer que cuatro de cada cinco empresarios tienen hábitos de ahorro a corto plazo y prefiere utilizar sus beneficios a la medida que tiene posibilidades de inversión, ya que los niveles de liquidez de los microempresarios son bajos, lo que se traduce financieramente en que están en riesgo de no poder hacer frente a sus deudas en el corto plazo. Del 43% de los microempresarios

que no pudo cumplir sus obligaciones, 5 de cada 10 se vio en la necesidad de solicitar un crédito para atender sus obligaciones

Ilustración 27 ¿Solicitó algún préstamo o crédito bancario para atender sus obligaciones?



Partiendo de lo anterior y para terminar el capítulo de las obligaciones financieras, se buscó establecer la relación entre sí los préstamos se habían realizado a través de entidades financieras (bancos, cajas de ahorros o cooperativas de crédito) o a través de personas naturales (familiares, casas de empeño, gota a gotas) y poder analizar la informalidad de este grupo de empresarios. Se evidenció que la relación entre la informalidad y las entidades financieras no es la mejor y esto gracias a que los ratios de estas entidades se enfocan en los valores patrimoniales y de continuidad que estos generan, así como la contabilidad con normas internacionales que la gran mayoría de estos actores no emplea. Los 28 microempresarios analizados desde los datos recogidos, muestran paridad en la elección de atender sus obligaciones con la banca (50%) o con recursos de terceros naturales (50%).

7. CONCLUSIONES

En la época actual es más común ver como cierran empresas o emprendimientos (Asmar, 2021), debido en gran parte a la pandemia del Covid-19, así como la falta de estrategias innovadoras por los dueños de estos pequeños negocios. Retomando los planteamientos del marco teórico, del economista y padre de la estrategia, Michael Porter (1990), las empresas logran ventaja sobre otras, gracias a las presiones y los retos, y las formas en las que los abordan, pero también por la forma en la que suelen actuar frente al comportamiento de los factores determinantes de la competitividad.

Dando respuesta al planteamiento del problema si los microempresarios del sector textil con bajos ingresos, entre agosto de 2021 y agosto de 2022 post pandemia, tenían mayor riesgo de entrar en insolvencia en comparación a las grandes empresas y multinacionales del sector, queda en evidencia que los resultados del análisis de los resultado realizados a los microempresarios quienes fueron evaluados desde su situación actual, momento vigente de sus negocios, imprevistos durante la pandemia, su capital de trabajo, adopción de las medidas del gobierno, variación de sus ingresos, suministros y ventas y de la capacidad de atender sus obligaciones financieras, existe una alta probabilidad que muchos de ellos deberían estar en una reorganización o al menos, renegociando la estructura de sus deudas, ya que la retroceso de los ingresos operativos evidencia la destrucción del valor de sus negocios hacia el futuro.

Así se demostró que, debido a los cierres y medidas generadas por los gobiernos nacionales y distritales, si han afectado los niveles de ingresos de los microempresarios, lo cual impacta los ratios de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, que quizás a los más grandes del sector no les haya perjudicado tanto por lo que ya eran comercios formales y con gran músculo financiero para atender los periodos de la pandemia. Este axioma lo que desemboca es una mayor informalidad de negocios de los pequeños comerciantes, que al ver que sus márgenes de ganancias van en detrimento, optan por no cumplir con las obligaciones a los que se venían acogiendo con la formalización de sus negocios.

Al mismo tiempo se evidenció que existe una relación directa entre el comportamiento estratégico de los microempresarios y los niveles de informalidad de sus actividades comerciales, dado que aplicar una administración estratégica requiere de unos gastos adicionales que para los comerciantes son costos que pueden ser empleados en obtener liquidez, apalancamiento financiero o rendimientos.

LISTA DE REFERENCIAS

- ✓ Agudelo, S., Herrera, A., y Riveros, J. (2021). Estrategias de ventas a través de redes sociales que usaron las PYMES de comercio en Teusaquillo, Bogotá, durante la contingencia por COVID 19 2020. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/3114
- ✓ Alcaldía Mayor de Bogotá (2009). Principales efectos de las medidas tomadas a raíz de la pandemia por el Covid-19 en la economía bogotana. https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/estudio_impacto_del_covid-19_en_la_economia_bogotana_0.pdf.
- ✓ Alcaldía Mayor de Bogotá (2021). Principales efectos de las medidas tomadas a raíz de la pandemia por el Covid-19 en la economía bogotana. https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/estudio_impacto_del_covid-19_en_la_economia_bogotana_0.pdf
- ✓ Asmar, S. (26 de abril de 2021). Las cifras de creación de nuevas empresas en el país han venido recuperándose [Comentario en la página web En Colombia se crean un total de 93 micronegocios diarios en el comienzo de 2021]. La República. <https://www.larepublica.co/especiales/reactivacion-de-las-pyme/en-colombia-se-crean-un-total-de-93-micronegocios-diarios-en-el-comienzo-de-2021-3159461>
- ✓ Barría, Cecilia (7 diciembre 2021). Por qué el dólar ha subido tanto en América Latina (y cuáles son las monedas que más han caído este año). BBC News Mundo. Extraído el 10 de noviembre de 2022, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59555209>
- ✓ BBC News Mundo (13 noviembre 2021) COP26: 5 puntos clave del acuerdo final de la cumbre sobre el cambio climático. Redacción [Comentario en la página web] BBC News Mundo <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59273614>.
- ✓ Behar Rivero, D. S. (2008). Metodología de la Investigación. Shalom.
- ✓ Cámara de Comercio de Bogotá (2020). Encuesta Nacional sobre el Impacto Económico Covid-19 - Capítulo Bogotá, aplicada entre el 1 y el 21 de abril 2020. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25527/Encuesta%20Nacional%20sobre%20el%20impacto%20econ%c3%b3mico%20del%20COVID-19%20cap%c3%adtulo%20Bogot%c3%a1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ✓ Cámara de Comercio de Bogotá (2022) Evolución de las empresas activas entre 2019 y 2022 para el período enero - septiembre por localidad de Bogotá. CCB. Extraído de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-ACTIVAS-El-52-de-las-empresas-activas-de-Bogota-se-ubican-en-5-localidades-del-norte-y-occidente-de-la-ciudad>
- ✓ Cámara de comercio de Medellín para Antioquia (2022), Conoce y accede a los servicios de la Cámara pensados especialmente para fortalecer el Cluster Moda. Servicios Cámara Cluster Moda. Extraído de <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/cluster-moda-y-fabricacion-avanzada/servicios-camara-cluster-moda>

- ✓ Castellanos, J. y Cruz, M. (2014). Una mirada a la evolución histórica de la Estrategia Organizacional. [Candidatos a Doctor en Gestión. Universidad EAN – Universidad de Nebrija.]. Regent University. <https://www.regent.edu/journal/real-revista-de-estudios-avanzados-de-liderazgo/estrategia-organizacional/>
- ✓ Castiblanco, C. y Tobar, S. (2021). Diagnóstico Financiero en Empresas y Microempresas. Comerciales del Sector Textil en Bogotá durante el periodo de pandemia. [Trabajo de Grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Bogotá-Colombia. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/13741>
- ✓ Congreso de la República (2021). “Tenemos la camisa puesta para reactivar la economía del País”. Sector textil colombiano. Comunicado de prensa. Extraído de: <https://www.camara.gov.co/tenemos-la-camisa-puesta-para-reactivar-la-economia-del-pais-sector-textil-colombiano>
- ✓ David, F. (2013). Conceptos de administración estratégica. (14ª ed.). Pearson Educación, En la base de datos Ebooks7-24.
- ✓ Decreto 1378 (2021, 28 de octubre) Por la cual se modifica el artículo 2.2.1.18.2. alertas y criterios sobre deterioros patrimoniales y riesgos de insolvencia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.mincit.gov.co/normatividad/decretos/2021/decreto-1378-del-28-de-octubre-de-2021>.
- ✓ Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (2022a). Boletín Directorio Estadístico de Empresas 2019-2021. DANE. Extraído de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/registro-estadistico/boletin-directorio-estadistico-empresas-2019-2021.pdf>
- ✓ Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (2022b). Índice de precios al consumidor ipc. Información técnica. Extraído de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-información-técnica>
- ✓ Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (2022c). Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios (EMICRON) II Trimestre de 2022. Extraído de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol-micronegocios-II-2022.pdf>
- ✓ Derecho Comercial (2016), ¿Qué es el cierre por quiebra? MisAbogados.com. extraído de <https://www.misabogados.com.co/blog/que-es-el-cierre-por-quiebra>
- ✓ DNP. Documento CONPES 3946. Política de Formalización Empresarial. Bogotá, D.C., 08 de enero de 2019
- ✓ Echeverry, N. A. (s/f). “Tenemos la camisa puesta para reactivar la economía del País”. Sector textil colombiano. Camara.gov.co. Extraído el 25 de agosto de 2022, de <https://www.camara.gov.co/tenemos-la-camisa-puesta-para-reactivar-la-economia-del-pais-sector-textil-colombiano>

- ✓ elInforma (2022). Empresas de industrias manufactureras en Bogotá. Informa Colombia S.A. Extraído de https://www.informacion-empresas.co/C_INDUSTRIAS-MANUFACTURERAS/Departamento_BOGOTA.html
- ✓ ElTiempo 2022, E. (s/f). Colombia cerró el 2020 con una tasa de desempleo en 15,9%. Portafolio.co. Extraído el 16 de septiembre de 2022, de <https://www.portafolio.co/economía/tasa-de-desempleo-en-colombia-2020-dane-54866>
- ✓ Fedesarrollo. (2022). Encuesta de Opinión Empresarial [EOE]. Org.co. <https://www.fedesarrollo.org.co/es/encuestas/empresarial-eoe>
- ✓ Fernández, Andrés (10 mayo 2019) Nuevos aranceles a textiles en Colombia afectan a los más pobres. Extraído el 16 de septiembre de 2022 de <https://es.panampost.com/felipe-fernandez/2019/05/10/aranceles-textiles-colombia/>.
- ✓ Gobierno Nacional. (2000, diciembre 7). Ley 590 de 2000 - “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”.
- ✓ Gobierno Nacional. (2008, julio 8). Art. 1° Decreto 2685 de 1999 “por el cual se modifica la Legislación Aduanera”
- ✓ Gobierno Nacional. (2016, marzo 7). Estatuto Aduanero. Decreto 390 de 2016. Art. 3 “Por el cual se establece la regulación aduanera”
- ✓ Gutiérrez, S., Cruz, D. y González, N. (2021) Desarrollo de una solución para aumentar el número de alianzas entre Emprendedores del sector de la moda en Bogotá para fortalecer el crecimiento de los emprendimientos en el contexto de la pandemia por COVID-19. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/58271/Desarrollo%20de%20una%20soluci%c3%b3n%20para%20aumentar%20el%20n%c3%bamero%20de%20alianzas%20entre%20Emprendedores%20del%20sector%20de%20la%20moda%20en%20Bogot%c3%a1%20para%20fortalecer%20el%20crecimiento%20de%20los%20emprendimientos%20en%20el%20contexto%20de%20la%20pandemia%20por%20COVID-19..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ✓ Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill, sexta edición. En la base de datos Ebooks 7-24.
- ✓ Infobae (4 de agosto de 2022). Iván Duque deja el poder con más del 60 % de desfavorabilidad. Extraído de <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/08/05/ivan-duque-deja-el-poder-con-mas-del-60-de-desfavorabilidad/>
- ✓ La República (2020). Las Pyme se concentran en el negocio de la fabricación y venta de tapabocas. Extraído el 16 de septiembre de 2022 de <https://www.larepublica.co/empresas/las-pyme-se-apersonan-del-negocio-de-los-tapabocas-en-el-pais-2986174>
- ✓ La República (2021a). Comercio electrónico creció 11% por semana en los días más críticos de la cuarentena. Extraído de: <https://www.larepublica.co/internet-economy/e-commerce-en-colombia-crecio-11-por-semana-durante-el-primer-ano-de-pandemia-3154941>

- ✓ La República (2021b). Préstamos y apoyo a legalidad, entre las medidas para activar de nuevo el sector textil. La República. Extraído de:
<https://www.larepublica.co/economia/financiamiento-y-apoyo-a-legalidad-entre-las-medidas-para-reactivar-el-sector-textil-3198138>
- ✓ Mahecha, A. (2021). Posibles efectos financieros de la pandemia por Covid 19 ha generado en la empresa textilera la Fayette S.A.S. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
<https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/3529>
- ✓ Manrique, C. E. C. (2021). La realidad del sector textil colombiano.
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/31807/CaicedoManrique-CarlosEduardo-2021.pdf?sequence=1>
- ✓ Matallana, J. (2022). Análisis sobre la competitividad del clúster textil prendas de vestir en Bogotá localidad de Puente Aranda: evidencia de los efectos de la pandemia covid19. [Tesis de maestría, Fundación Universidad de América]. Repositorio Institucional Lumieres.
<https://hdl.handle.net/20.500.11839/8946>
- ✓ Melgarejo, Z., Vera, M. y Osorio, M. (2021). COVID-19, endeudamiento y liquidez en Mipymes. Análisis sectorial para Bogotá (Colombia).
<https://congressosp.fipecafi.org/anais/21UsplInternational/ArtigosDownload/3552.pdf>
- ✓ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Respuesta a la proposición 001 del 21 de julio de 2021 “Debate de control político sector textil” H.R. Alejandro Carlos Chacón Camargo, p.1-89, 2021.
- ✓ Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2016). Estatuto Aduanero. Decreto 390 de 2016. Art. 3.
- ✓ Murillo, J. (2012). Metodología de la investigación avanzada. Máster en Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- ✓ Olaya, J., Mejía, P. y Casanova, A., (2022) Tácticas de marketing digital implementadas en las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes antes y durante la pandemia del COVID-19.
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/133/1333404004/1333404004.pdf>
- ✓ Organización mundial de la salud. (2021, octubre 11). Información básica sobre la COVID-19. Extraído el 16 de septiembre de 2022 de <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19>
- ✓ Pérez Godoy María Camila. (28 de julio de 2021). En Colombia, una de cada tres prendas es de contrabando. Extraído el 29 de agosto de 2022, de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-colombia-una-de-cada-tres-prendas-es-de-contrabando-554523>
- ✓ Portafolio (2021). Por la pandemia se perdió una década de avance en empleo. (s/f). Portafolio.co. Extraído el 16 de septiembre de 2022 de <https://www.portafolio.co/economía/por-la-pandemia-se-perdio-una-decada-de-avance-en-empleo-548672>

- ✓ Porter, M. (2008). On competition. The Competitive Advantage of Nations. Chapter On Competition.
<https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>
- ✓ Revista Semana. (2020, julio 3). Industria textil colombiana, “condenada a desaparecer” sin medidas arancelarias. Revista Semana. <https://www.semana.com/empresas/articulo/industria-textil-pide-al-gobierno-medidas-arancelarias-tras-crisis-economica/291373/>
- ✓ Romero-León, C. (2020). Impacto de la COVID-19 en el sector manufactura en Colombia. [Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas]. Programa de Economía. Bogotá, Colombia.
<https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/26747>
- ✓ Schvarstein, L. (11 de noviembre de 2002). La inteligencia social de las organizaciones. 2002. Universidad del Rosario, facultad de ciencias económicas y estadística.
<https://blogs.fcecon.unr.edu.ar/mba/wp-content/uploads/sites/9/2017/08/inteligencia-social-en-organizaciones-Schvarstein.pdf>
- ✓ SDI Digital Talent. (2021). La aceleración de la digitalización con la pandemia.
<https://www.isdi.education/es/blog/barometro-digital>
- ✓ Smith, A. (2016). La Mano Invisible (Spanish Edition). En la base de datos Createspace Independent Publishing Platform.
- ✓ Warshaw, L. J. (2015). INDUSTRIA DE PRODUCTOS TEXTILES. En LA INDUSTRIA TEXTIL: HISTORIA Y SALUD Y SEGURIDAD. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
<https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles>
- ✓ Wheelen, T; Hunger, D. (2013). Administración estratégica y política de negocios. (13ª ed.). Pearson Educación. En la base de datos Ebooks7-24.

ANEXOS

ANEXO 1 Formato de las encuestas:

Encuesta sobre el impacto de la pandemia COVID 19 en Bogotá D.C.

Encuesta

***Obligatorio**

1. Nombres y apellidos *

2. Dirección de su sitio comercial *

3. En qué localidad está ubicado *

Marca solo un óvalo.

☐ Kennedy

☐ Suba

☐ Usaquén

4. Su empresa está catalogada como: *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

☐ Grande

☐ Mediana

☐ Pequeña

☐ Microempresa

5. ¿Desde hace cuánto su negocio entro en operación? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Menos de 1 año
- ☐ Entre 1 y 3 años
- ☐ Entre 3 y 5 años
- ☐ más de 5 años
- ☐ Otros: _____

Factores claves del negocio

6. ¿Cómo cree que afectó el Covid-19 a su empresa durante la pandemia? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Positivamente
- ☐ Negativamente
- ☐ No Aplica

7. De las siguientes opciones, ¿qué medidas implementó en su empresa durante la contingencia COVID-19? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Cierre temporal
- ☐ Solicitud de préstamo a entidad bancaria
- ☐ Diversificación de productos
- ☐ Inversión en tecnología
- ☐ Cierre total del negocio
- ☐ Solicitud de préstamo de "gota a gota"
- ☐ Inversión en dotación a empleados (Tapabocas, guantes, overoles, botas, gafas)
- ☐ Adecuaciones locativas

8. Si su respuesta fue "Inversión en tecnología" por favor seleccionar una opción, de lo contrario escoger No Aplica:

Marca solo un óvalo.

- ☐ No Aplica
- ☐ Inversión en promoción digital (WhatsApp, correo, alguna app)
- ☐ Inversión en maquinaria con tecnología de punta
- ☐ Implementación de una página web para ventas en línea
- ☐ Creación de una APP
- ☐ Alianzas comerciales y financieras

9. ¿Se vio afectado por alguna de las siguientes situaciones? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Disminución de las ventas
- ☐ Aumento del costo de las materias primas
- ☐ Falta de mano de obra
- ☐ Problemas de pagos a proveedores
- ☐ Problemas en pagos de clientes y deudores
- ☐ Falta de acceso por entidades bancarias
- ☐ Cambio en la política normativa (protocolos bioseguridad)
- ☐ Otros: _____

10. Entre Agosto/2021 y Agosto/2022, ¿Cuántos empleados ha tenido vinculados a su empresa? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Entre 1 a 10 empleados
- ☐ De 11 a 50 empleados
- ☐ Más de 50 empleados

11. Para sus empleados y/o compañeros de trabajo, ¿qué medidas implementó su empresa durante la contingencia del Covid-19?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Trabajo desde casa
- ☐ Reducir el número de colaboradores
- ☐ Suspensión de contratos
- ☐ Vacaciones colectivas
- ☐ Jornadas de trabajos por turnos
- ☐ Auxilios económicos temporales
- ☐ Se mantuvo igual
- ☐ Ninguna de las anteriores
- ☐ Otros: _____

12. De la siguiente lista, ¿Qué medida cree que el gobierno debió apoyar más? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Exenciones tributarias
- ☐ Alivios financieros
- ☐ Estandarización de precios de materias primas
- ☐ Barreras a la importaciones

Ir a la pregunta 13

Factores económicos

13. Entre Agosto/2021 y Agosto/2022, sus ventas: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Permanecieron igual
- ☐ Aumentaron
- ☐ Disminuyeron

14. ¿Considera que las medidas como el aislamiento obligatorio/voluntario ocasionaron el cambio de crecimiento en las ventas?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No Aplica

15. ¿Tuvo problemas en el suministro de materias primas o *
mercancías?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No

16. De las siguientes opciones, tuvo algún problema con la adquisición de sus materias primas

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Importaciones
- ☐ Transportes de carga
- ☐ Falta de suministros
- ☐ Aumento de los precios
- ☐ Otros: _____

17. ¿Durante la pandemia sus niveles de inventario se redujeron, permanecieron igual *
o aumentaron?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Se redujeron
☐ Aumentaron
☐ Permanecieron igual

18. Entre Agosto/2021 y Agosto/2022 ¿Aumentó los precios de venta de sus productos? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si *Ir a la pregunta 19*
☐ No *Ir a la pregunta 21*

Aumento de los precios de venta de sus productos

19. En que porcentaje tuvo que reajustar los precios de sus productos *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Aumentar entre +1% a +10%
☐ Aumentar entre +10% a +30%
☐ Aumentar entre +30% a +50%
☐ Reducir entre -1% a -10%
☐ Reducir entre -10% a -30%

20. De la siguiente lista, Indique cuál cree usted que ocasionó el aumento de los precios de sus productos *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Aumentos de los precios de los insumos, equipos o mercancías
- ☐ Aumento de la tasa de cambio (TRM)
- ☐ Caída de las ventas
- ☐ Por el aumento de los precios de la competencia
- ☐ Para el pago de gastos de personal, gastos financieros y deudas.

Factores económicos

21. Durante la pandemia, ¿Tuvo la capacidad económica para cumplir sus obligaciones financieras? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No *Ir a la pregunta 22*

Cumplimiento de sus obligaciones financieras

22. ¿Por cuánto tiempo pudo cumplir con las obligaciones de su empresa con sus recursos? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Menos de un mes
- ☐ De 2 a 5 meses
- ☐ Más de 6 meses
- ☐ Por 1 año

23. ¿Solicitó algún préstamo o crédito bancario para atender sus obligaciones? *

Marca solo un óvalo.

☐ Si

☐ No
