

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá



**Mejoramiento de la competitividad mediante la relación costo, calidad y
precio en productos de
Exportación de las pymes bogotanas, sector calzado.**

Fundación universitaria del Área andina, Bogotá

Asly Katerine Pinzón Moreno & Jorge Ángel Torres Castro.

Profesor: José Vicente Barrera Díaz

Octubre 2019.

RESUMEN

La investigación pretende aportar conocimiento al sector del calzado y a los grupos de interés alrededor de éste en la localidad del Restrepo ubicada en la ciudad de Bogotá, realizando un diagnóstico y estableciendo unas perspectivas del sector frente a los procesos de exportación y tramites de logística internacional (DFI) por medio de una investigación descriptiva de carácter documental, mediante la elaboración de encuestas las cuales se le realizaron a 15 empresas, el cual permitió observar las falencias y dudas que tenían las Pymes a la hora de realizar un proceso de exportación; y brindar una herramienta de exportación que les facilite el paso a paso y sea una guía práctica para todas las Pymes del sector .

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

PALABRAS CLAVES

Logística internacional, Calzado, Restrepo, Exportación, Herramienta, Pymes.

ABSTRACT

The research aims to provide knowledge to the footwear sector and the interest groups around it in the town of Restrepo located in the city of Bogotá, making a diagnosis and establishing some perspectives of the sector in the face of export processes and international logistics procedures (DFI) by means of a descriptive investigation of documentary character, by means of the elaboration of surveys which were made to 15 companies, which allowed to observe the flaws and doubts that the SMEs had at the time of carrying out an export process; and provide an export tool that facilitates them step by step and is a practical guide for all SMEs in the sector.

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

KEY WORDS

Footwear, International logistics, Restrepo, Export, Tool,,SMEs.

INTRODUCCIÓN

Las pymes exportadoras del sector calzado, en la ciudad de Bogotá tienen muchas dudas a la hora de realizar una exportación, ya que el proceso de logística y distribución física internacional, sumado con otros factores como lo son la competitividad de precios y calidad en el exterior se les hace difícil de entender y realizar, esta es la razón por la cual se decide hacer un estudio basado en encuestas en el barrio el Restrepo.

Se realizaron las encuestas teniendo en cuenta teorías de competitividad, precio, costo, internacionalización, calidad y procesos productivos, y de esta forma poder observar cual es el factor que les genera más incertidumbre a todas las pymes exportadoras de calzado de Bogotá, y basados en esto realizar una herramienta que les permita exportar con más facilidad en el futuro sus productos, y que puedan ser competitivas en el ámbito internacional.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.

Para la llevar a cabo esta investigación se tuvieron en cuenta diferentes trabajos que ya se encontraban realizados, con el fin de identificar en que condición está el sector y que aspectos ya habían sido estudiados.

Un primer trabajo corresponde a (CALDERÓN, 2016) quien realizo un “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” en este trabajo se encontraron análisis de la influencia política en el sector, estudios acerca de la competitividad a nivel macroeconómico y microeconómico, entre otros.

Un segundo trabajo que corresponde a (RAMIREZ PACHON, 2016) quienes investigaron acerca de los “Factores de competitividad que impiden la internacionalización de la empresa de calzado D’capri como una perspectiva del barrio Restrepo” y se basaron en teorías relacionadas con la competitividad y sus módulos, la internacionalización a través del modelo de Uppsala, entre otros. El objetivo principal de esta investigación es “Identificar los factores de competitividad de la empresa de calzado D’capri ubicada en el barrio Restrepo en Bogotá, que impiden su internacionalización.” El cual se llevó a cabo por medio de un acercamiento teórico hacia los temas de internacionalización y competitividad, también realizaron un acercamiento directamente a la compañía en mención con el fin de realizar una caracterización acertada, evaluando los factores de competitividad que impiden a la empresa desarrollarse en el mercado internacional, para así poder generar recomendaciones a nivel interno de la compañía que les permita mejorar su posicionamiento dentro del sector.

Y por último, un tercer trabajo que correspondiente a (ACICAM, 2019), quienes realizan mensualmente un balance del estado en el que se encuentra el sector en varios aspectos como los

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

son la producción y ventas reales, las exportaciones realizada en un determinado periodo, los principales destinos de venta, la importancia del calzado y sus partes, la participación que tiene el sector en mercado del país, las compras que se realizan en el exterior del producto terminado, los principales departamentos exportadores e importadores, estos temas permiten realizar un análisis real del sector, a través de cifras y estadísticas con el fin de identificar cualquier tipo de falencia o fortaleza del mismo.

MARCO TEORICO

El marco teórico de esta investigación pretende dar al lector todas las herramientas y conceptos para que pueda entender de una forma más clara el panorama que se plantea, a la hora de realizar una exportación, bajo estos conceptos se analizará; el mejoramiento de la productividad de las Pymes exportadoras de Bogotá del sector calzado, basados en investigaciones y datos estadísticos.

En el Exterior, el futuro genera sentimientos y establece patrones de comportamiento organizacional que son realizados por las pequeñas y medianas empresas; esto ya ha sido investigados en lugares como Michigan o Australia. (Castaño Ramírez, 2016), y esto genera incertidumbre, se debe también en gran parte a la falta de apoyo de los sectores Públicos, así también a otros factores como el desarrollo en infraestructura y tecnología o materia prima de calidad para poder competir en el exterior, la competitividad es una de las variables más importantes, según las mediciones internacionales de competitividad, (Montoya, A., R., Iván Montoya, R., & Castellanos, O. 2015).

Colombia tiene muchas oportunidades para mejorar, tres indicadores internacionales de competitividad muy comunes lo colocan en una media, el índice de Competitividad global, preparado por el foro económico mundial (FEM), que para el año 2016 posiciona al país en el puesto 69 (perdiendo 5 puestos con respecto al año anterior) entre 134 países; el índice de competitividad del institute for management development (IMD, 2016) de Suiza, con el puesto 51 entre 55 países y el índice de facilidad para hacer negocios (Doing Business, DB) del banco mundial con la posición 37 para el año 2016 y 49 para 2017 entre 183 países. (doing Business,

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

2016; conpes, 2015), teniendo en cuenta lo anterior podemos evidenciar que Colombia es un país en desarrollo.

Y no solo Colombia sino en Bogotá también, como capital del país juega un papel muy importante en la economía del país, en el 2016 la economía mundial tuvo un crecimiento de (3.1%) y la de América Latina registró un (0.6%) un bajo crecimiento, además fue inferior al del 2015, cuando crecieron 3.2% y 0% respectivamente, en Colombia el crecimiento fue positivo (2.0%), aunque menor al registrado en el 2015 (3.1%), en este contexto el desempeño de la economía Bogotana también fue positivo (creció 2.2% hasta septiembre) y se espera que en el 2018 los resultados sean superiores. (Bibliotecadigital.ccb.org.co, 2016).

La región que conforma Bogotá y Cundinamarca tiene grandes potencialidades para consolidarse entre los mercados atractivos de América Latina, en la próxima década Bogotá tendrá más de 10 millones de habitantes, y será la primera mega ciudad del país, con un ingreso superior a US\$ 10.000 per cápita (Cámara de comercio de Bogotá. 2019), el talento humano la diversidad de sus actividades productivas la posicionarán como la región más internacionalizada del país y atractiva para invertir o localizar empresas para realizar negocios, lo que lleva a pensar a todos como comunidad que en los próximos años se vienen grandes cambios que se tienen que aprovechar para la creación y expansión de las pymes Bogotanas, ya que hay un futuro prometedor, que ayudara a crecer el sector del calzado económicamente, para entender un aún más en que consiste este crecimiento podemos observar el barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá donde se concentra la mayor cantidad de pymes del sector del calzado, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá, con respecto a los apoyos de gobiernos pasados donde se promovieron temas como educación económica y financiera de tal forma que se llevaron a cabo

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

talleres de diseño e innovación para la competitividad empresarial, los cuales dieron apoyo no financiero a 555 PYMES.

El apoyo consistió en capacitaciones en áreas de administración, economía, marketing, diseño e innovación, lo cual brindó herramientas para el mejoramiento de la competitividad de estas PYMES. (Presidencia República de Colombia, 2012).

Adicionalmente, se implementó una estrategia de simplificación de trámites y regulación del ciclo de vida de la empresa, esto se reflejó positivamente en el indicador doing business del Banco Mundial entre 2005 y 2011 donde Colombia ocupó el puesto 47 de 183. (Presidencia República de Colombia, 2012), el departamento de Cundinamarca y la ciudad de Bogotá cuenta con un plan regional de competitividad y este fue proyectado para los años 2010 – 2019, por lo que fue diseñado por la Comisión Regional de competitividad, además de los indicadores mencionados anteriormente se tiene que tener en cuenta que uno de los factores importantes en la investigación es la competitividad del sector empresarial, en Bogotá y Cundinamarca se encuentran metodologías que inician con el análisis del grado de competitividad a nivel empresarial, actualmente se conocen y aplican diversos modelos que son: tecnología e innovación, indicadores desempeño, infraestructura, medio ambiente y operación y estrategia empresarial (Manuel Humberto 2006).

Se evidencia a través de las encuestas realizadas a Pymes del sector calzado en el barrio Restrepo de Bogotá, que están teniendo problemas e incertidumbre a la hora de su internacionalización, hoy se habla de los nuevos esquemas de integración internacional y los retos que deben afrontar las organizaciones para ingresar en los mercados internacionales, acuerdos tales como el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y otros como el acuerdo CAN -- MERCOSUR. Pero en la realidad, muy pocas empresas están preparadas para afrontar

los retos que les exige este nuevo mercado. Sólo existe la mentalidad de competir en un mercado nacional y no penetrar en otros mercados donde puede haber muchas posibilidades, probablemente por temor a el fracaso (Castro Figueroa, A. M. 2010) En este artículo se pretende esquematizar cuáles son las alternativas para competir en el exterior y no cometer errores que por parecer obvios se pueden dar. A través de esta investigación se pretende brindar al exportador una herramienta práctica con la cual pueda mejorar su proceso de distribución física internacional, reduciendo sobrecostos y así poder llegar a ser más competitivos en el mercado internacional.

El concepto costo, hace referencia al valor usado para la producción de algún bien o servicio. Dentro los costos existen dos tipos; Costos directos y costos indirectos. Los costos directos son aquellos que se asocian directamente con la producción de un producto específicamente, como por ejemplo las materias primas y mano de obra directa, por otra parte, los costos indirectos son aquellos que no tienen contacto con el producto pero que sí lo afectan como por ejemplo los servicios públicos, arriendos o nómina del personal administrativo de la compañía. Para esta investigación los costos son un factor fundamental, ya que se va a realizar un análisis de los costos de producción de las Pymes exportadoras de calzado bogotanas, con el fin establecer un precio adecuado, y seguir siendo competitivos en el mercado, sin tener pérdidas. Por tal razón toda compañía en su sistema de costos debe tener una estructura flexible y a la medida dependiendo del sector industrial en el que se encuentre.

Las Pymes a la hora de realizar el estudio acerca del precio de sus productos, tienen conceptos equivocados, y es ahí donde muchas veces se falla y se da un precio erróneo a la hora de salir a competir o vender el producto ,además que tomar este tipo de decisiones tienen repercusiones a futuro importantes ,al poner un precio en el mercado el vendedor tiene que tener en cuenta todas

las variables por la cual el producto tuvo que pasar, como costo de materia prima ,gastos directos, gastos indirectos ,estas variables se tienen que tener en cuenta a la hora de pensar en un precio, cada día vemos más estudios sobre los fundamentos del proceso de fijación de precios por parte de las empresas, y cómo ésta responde a los cambios del entorno (Cuesta Díaz, 2011), en este trabajo se hizo una revisión teórica de los orígenes de las decisiones de precios, e identificamos las fuentes de conocimiento en las que se ha apoyado, asimismo se presentan las principales estrategias de precios aplicadas por las empresas, y su implicación para la gestión, hay muchas teorías sobre la fijación de precios como por ejemplo, la teoría financiera hace referencia al método de fijación de precios en función de los costos o de costo más margen, este método supone como condición previa un análisis detallado del sistema de costeo a utilizar para establecer los costos del producto; de la meta de ventas en unidades que consulte la capacidad de planta del negocio y el entorno; y del margen a establecer, que cubra los riesgos del negocio, pero también que esté acorde con las realidades del mercado. (Bernardo, 2011), otra teoría interesante es la de fijación del precio que maximiza el beneficio, esta habla de los costos, asumiendo cualquier mercado de competencia imperfecta, el beneficio vendrá dado por la diferencia entre el ingreso total y el costo total,

También en esta investigación se tienen en cuenta los 3 factores más importantes a la hora de hablar de la fijación de precios que son clientes, competencia y costos, ya que estos enfoques hablan desde la contabilidad gerencial, y todos estos parten desde el costo base como punto de partida de la decisión de la fijación de precios (scielo 2002) otra teoría importante de la que tenemos que saber es la de tiempo y la fijación de precios, gran parte de lo que se decide en esta teoría es en corto plazo, se dice corta plazo ya que es inferior al año ,y se fija un precio a corto plazo para que a largo plazo no se pueda afectar el precio asignado desde el comienzo .

(scielo 2002). Ahora observemos con detenimiento la fijación de precios a largo plazo ya que estos se ofrecen cuando un producto o servicio se vende por primera vez al mercado.

Es por esto que nuestra investigación recomienda la teoría de fijación de precios en función de los costos o de costo más margen, este método se recomienda porque gira entorno a un análisis previo antes de tomar alguna decisión que afecte nuestro margen de ganancias, este análisis va acompañado de una meta de ventas consultando la capacidad de fabricación o producción del producto.

La calidad es uno de los conceptos más importantes cuando se habla de competitividad en cualquier mercado, ya que en la actualidad para poder destacar o permanecer en un determinado sector se debe ser competitivo y no solo en cuanto a precio sino también en cuanto a calidad. Para lograr este efecto en una compañía se deben reajustar todos los procesos, o a lo que hoy en día se le conoce como la filosofía de Gestión de la calidad total o TQM, la cual dice que se debe involucrar a toda la organización en este proceso, es decir desde el alta gerencia hasta los cargos operativos, como lo menciona Lluís Cuatrecasas Arbós en su libro Gestión integral de la calidad, esta herramienta se utiliza para diseñar y optimizar productos y procesos para disminuir costos de producción y elevar la calidad, la calidad se definiría como las características principales que tiene un servicio o producto y la capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores. (ARBOS, 2011, pág. 10) Este concepto es vital y se irá desarrollando a lo largo de esta investigación, ya que para que una Pyme exportadora de calzado pueda tener acogida en el exterior debe competir con calidad y otras variables. (ARBOS, 2011, pág. 15) En Colombia a partir del año 1990 se adoptó una apertura económica con el mercado exterior, que hasta la actualidad se mantiene vigente y en crecimiento , por tal razón el gobierno colombiano ha

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

buscado estrategias para mantener la competitividad a través de una ley de convergencia (ley 1314,2009) (JIMENEZ, 2015).

Según Masaaki Imai uno de los mejores ejemplos que se puede tener en cuenta a la hora de hablar de calidad es la historia de Japón, ya que ha mediado del siglo pasado un producto hecho en Japón era considerado económico, pero de mala calidad, según Imai Japón paso por 5 fases “I) Absorción de tecnología importada, II) Impulso a la productividad, III) Un programa nacional de mejoramiento de la calidad, IV) Flexibilidad en la manufactura. V) Multinacionalidad” (JIMENEZ, 2015, pág. 67). Los japoneses son el mejor ejemplo de cómo la disciplina y el compromiso de una nación puede lograr ser más competitivo a través de la calidad y modelos de la misma.

Un proceso productivo básicamente consiste en usar todos los recursos como maquinaria, insumos y personal para la transformación de una materia prima en un producto final que cumpla todos los estándares de la compañía. En general, para una empresa es fundamental implementar y evaluar constantemente sus procesos productivos ya que de este dependen el resto de áreas de la misma.

Para poder comprender de una forma correcta el término “proceso productivo” se debe tener en cuenta que la productividad hace referencia al grado del completo aprovechamiento de los recursos para lograr el objetivo establecido, en este caso es un factor determinante ya que se pretende mejorar la competitividad de las Pymes exportadoras de calzado de Bogotá brindándoles una herramienta que les facilite el proceso de exportación, y el cuál les indique el manejo que se le tiene que dar a todo el tema de distribución física internacional (DFI), además de aconsejar sobre procesos de productivos.

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

La función de la producción está en hacer referencia a la mayor cantidad de producción que puede obtenerse de los recursos que se necesitan para lograrlo (Samuel y William D.1996,pag 95-103),como tal dicha función lo que muestra es la relación que existe entre los trabajadores y la cantidad de producción obtenida dentro de lo que plantean William y Samuel es que existen 3 tipos de rendimiento ;rendimiento constante, rendimiento decreciente de escala y rendimiento creciente de escala, el rendimiento constante se refiere a la relación directamente proporcional que existe entre los productos de la tierra ,y los otros factores que influyen en un proceso productivo ,es decir que si la producción disminuye en una proporción específica los demás actores involucrados también lo hacen en la misma proporción, por otra parte el rendimiento decreciente es cuando se aumenta en los factores como tierra, y maquinaria en cierta proporción, la producción también aumenta, pero en menor proporción.

Y por último el rendimiento creciente de escala, se refiere también a una relación entre los factores mencionados anteriormente por que no aumentan o disminuyen a la par, es decir que si la producción aumenta en cierta proporción el resto también aumenta, pero no en la misma proporción, la producción siempre va aumentar más (Samuel y William D.1996).

Para entender un poco más un proceso de producción en la industria del calzado, mostramos un ejemplo de una pyme de calzado, Calzado D'capri maneja un amplio portafolio, el cual se divide en calzado para dama, en el que se ofrece tacones, botas y baletas y calzado para hombre brindando dos líneas de producto, mocasín y casual. Es de gran importancia resaltar que esta empresa al ser fabricante, realiza el diseño que el cliente desee acoplándose a las necesidades del mismo y las tendencias de moda que se ajusten para cada ocasión.

Para producir un calzado lo que se debe hacer es plasmar el molde en la tela y cortar, coser las partes del zapato, colocar el corte ya cosido en la horma y pegar o coser la suela. Estos pasos son

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

llevados a cabo en la fábrica de la empresa D'capri, a excepción de la costura, que se realiza en otro lugar, ya que los procesos productivos son de forma manual y aunque se cuenta con una máquina de costura, actualmente no se emplea por falta de conocimiento para usarse. A pesar de que la empresa no maneja tecnología de punta, lo que hace que sus procesos productivos sean poco eficientes, pero cabe resaltar que el producto terminado es de alta calidad, (Repository.lasalle.edu.co, 2016).

METODOLOGIA

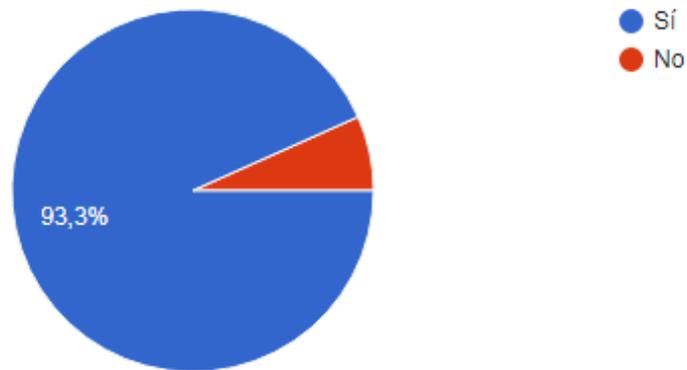
La presente investigación se desarrolló usando una metodología de tipo descriptivo, por cuanto se revisó de manera documental lo que acontece en el sector calzado y no se realizaron cambios a las variables independientes costo, calidad, precios y DFI, ni a la variable dependiente competitividad. Se realizó trabajo de campo usando una muestra de 15 empresarios del sector calzado de Bogotá del Barrio Restrepo quienes aportaron información directa y mediante la visita los investigadores pudieron obtener información visual de lo que acontece en las diferentes operaciones.

Se recopiló información de instituciones y organizaciones que hacen parte del sector exportador colombiano como es el caso de Pro Colombia, Cámara de Comercio, informes de estudios e investigaciones de bases de datos e información secundaria de los empresarios. Los datos obtenidos de las encuestas fueron tabulados y analizados para generar conclusiones referentes a las necesidades de las Pymes del sector y sus posibles soluciones que determinaron la importancia de trabajar en una herramienta que mejore las operaciones y actividades del área de la logística internacional (DFI) y todos los tramites que con lleva hacer una exportación.

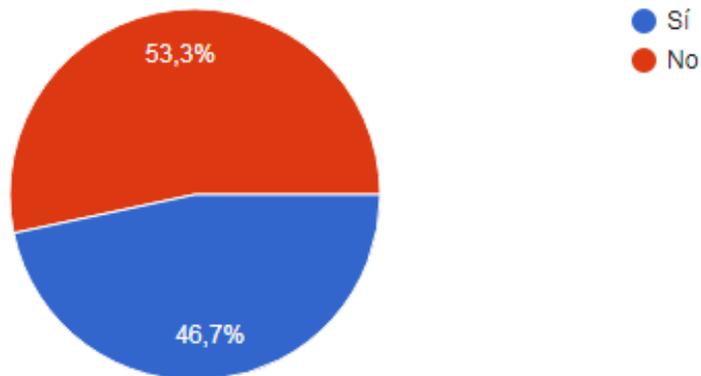
RESULTADOS

Para llevar a cabo esta investigación, como se menciona anteriormente se tomó una muestra de 15 Pymes exportadoras del sector calzado y se le realizó una encuesta la cual arrojó los siguientes resultados:

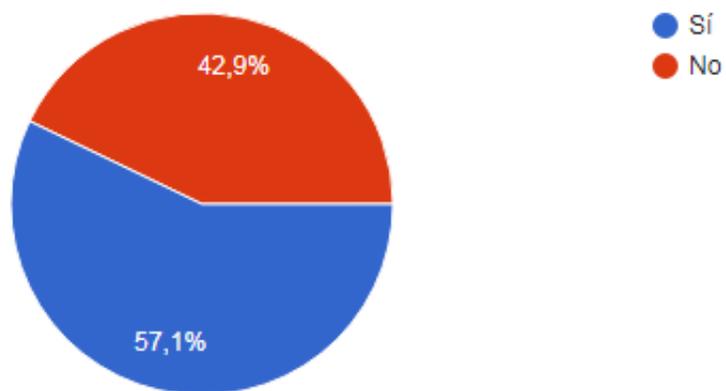
¿Actualmente son una empresa exportadora?



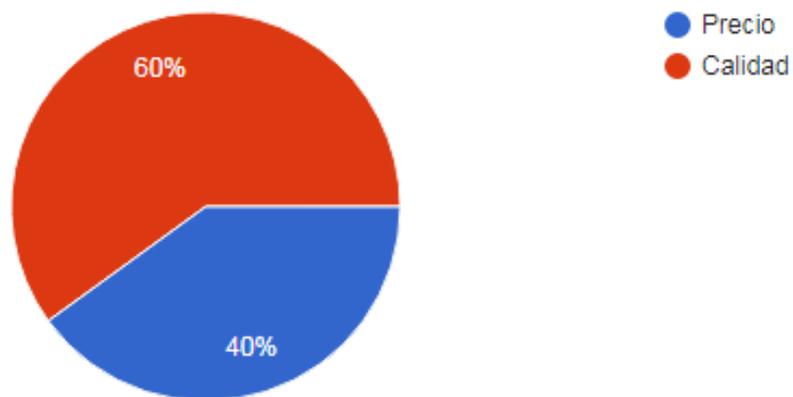
¿Le gustaría conocer más como se hace un proceso de exportación?



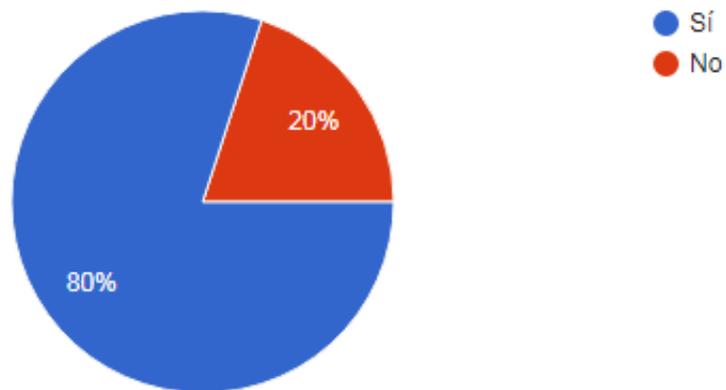
¿Sabe cuáles son los países con mayor producción de calzado en el mundo?



¿Cuándo usted compra la materia prima para la elaboración de su producto, que prefiere usted?

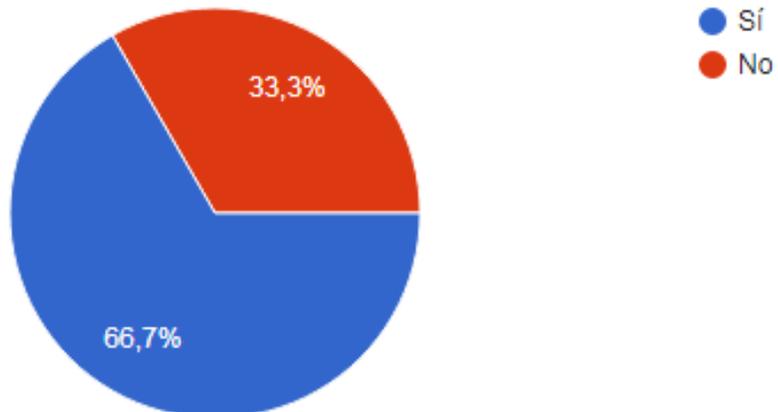


¿Le gustaría saber a qué países podría exportar su producto, y cuál sería el país de mejor aceptación?

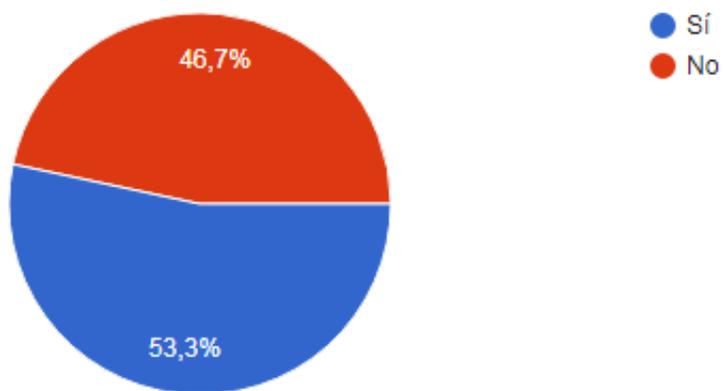


¿Piensa usted que en el sector del calzado existe mucha competitividad?

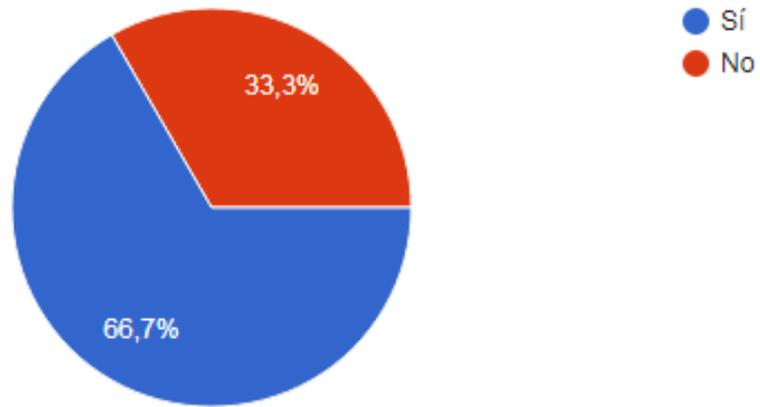
Pymes barrio El Restrepo, Bogotá



¿Cree usted que el sector del calzado cuenta con todas las garantías o ayudas por parte del gobierno nacional?

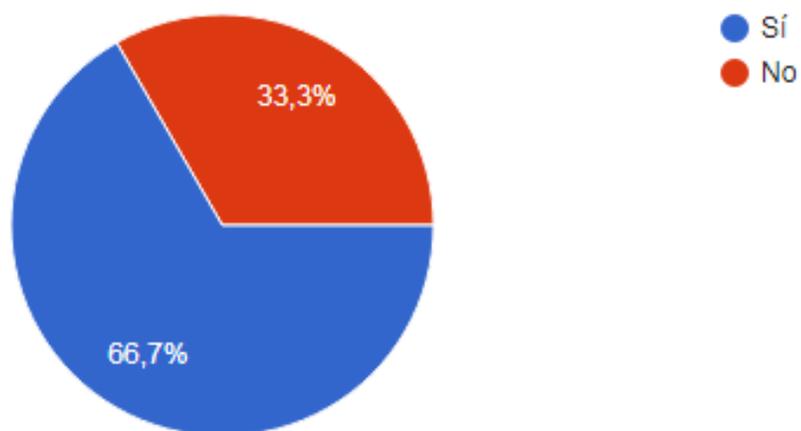


¿Le genera miedo o incertidumbre exportar su producto al exterior?

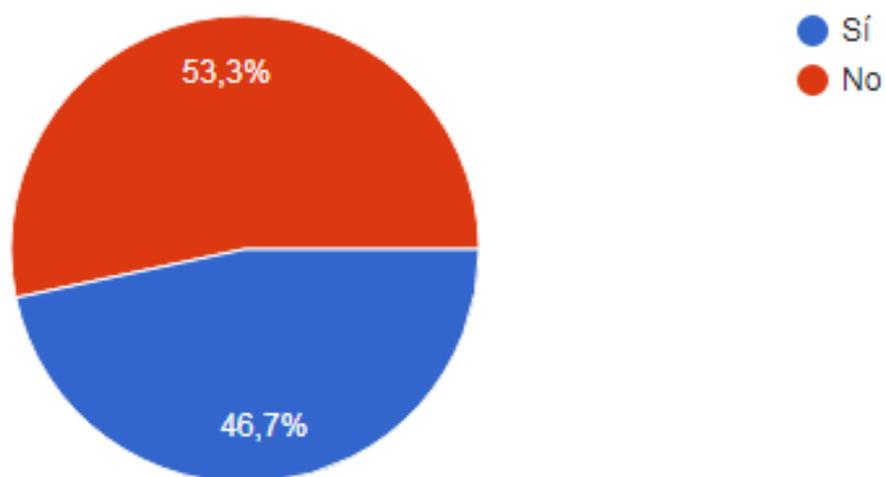


¿Le gustaría tener algún asesor o experto en la toma de decisiones, a la hora de expandir su marca en el exterior?

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

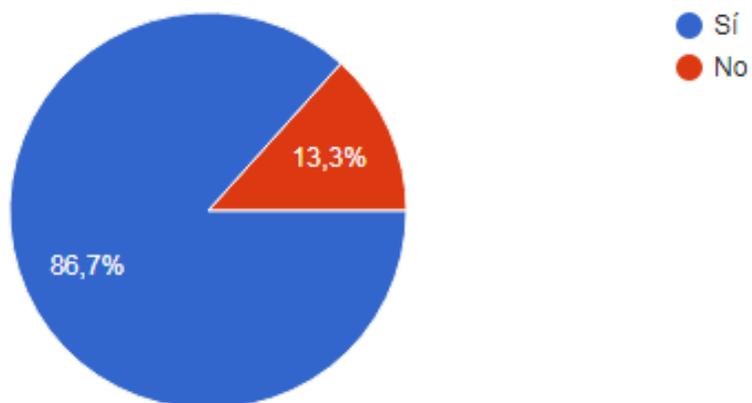


¿Conoce alguna marca de calzado colombiana que sea reconocida en el exterior?



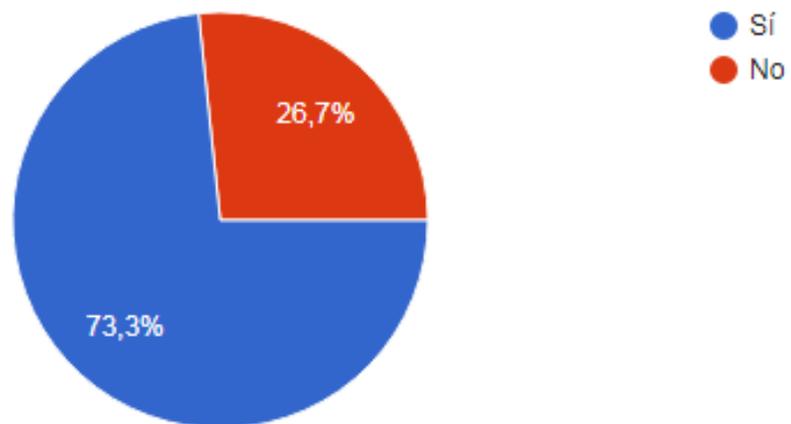
Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

¿Cree usted que como empresario le serviría un artículo de investigación dedicado al mejoramiento de la pymes de Bogotá en el sector del calzado?

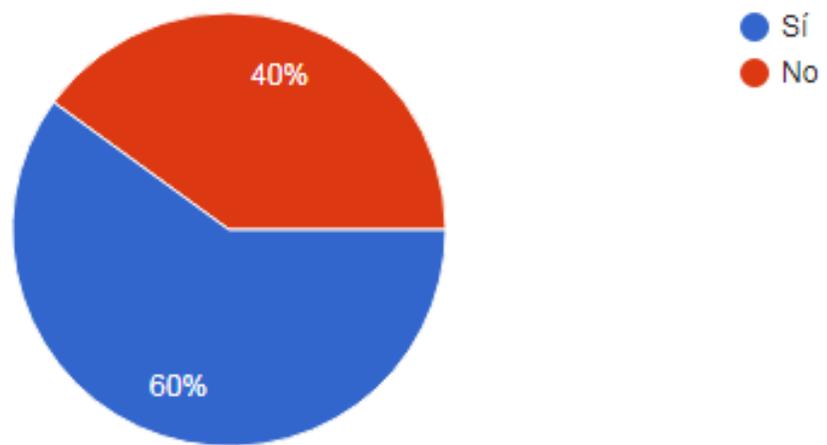


¿Cree usted que sus procesos productivos son buenos, y de calidad?

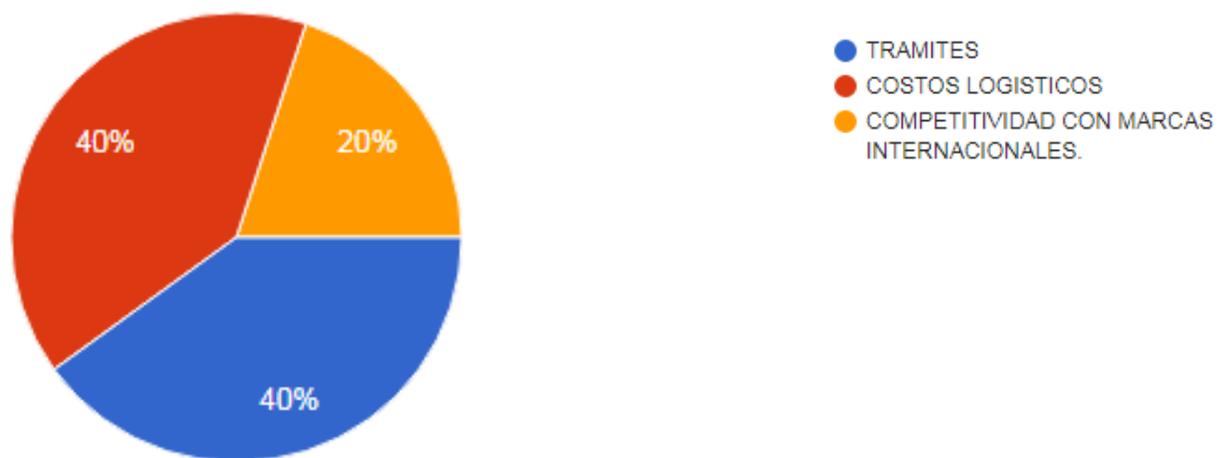
Pymes barrio El Restrepo, Bogotá



¿Haría algún crédito con una entidad bancaria o cooperativa para el mejoramiento de su empresa?



¿Cuál de los siguientes aspectos le preocupan mas a la hora de exportar?



CONCLUSIONES

La incertidumbre de las Pymes exportadoras de calzado que se pudieron evidenciar, a la hora de hacer trabajos de campo de manera descriptiva y documental, era la realización de procesos de exportación y procesos logísticos internacionales, en el barrio el Restrepo de Bogotá ,lo cual llevo a el resultado de la creación de 2 herramientas para los 2 procesos mencionados anteriormente (Procesos de Exportación y distribución física internacional) con lo cual alrededor de 15 Pymes exportadoras de calzado se verán beneficiadas ya que al momento de realizar dicho procedimiento no tenían un acompañamiento profesional, lo que están guías practicas si les aportaran, todo el conocimiento que se debería tener al momento de realizar un proceso de internacionalización y lo mejor de todo sin tener costo alguno ,y siendo muy asequible para todas las Pymes interesadas en el proceso de investigación que participaron , esto con el fin de promover la evolución del sector y la economía en la ciudad; y a largo plazo sea un segmento de la economía importante ,ya que en estos momentos el calzado en Bogotá y Colombia es poco competitivo.

REFERENCIAS

Bibliografía

ACICAM . (2019). *ACICAM* . Obtenido de <https://acicam.org/nosotros/>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA . (JUNIO de 2016). *Cuero, Calzado y Marroquinería sector de talla mundial*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2016/Junio/Cuero-Calzado-y-Marroquineria-sector-de-talla-mundial>

Cardozo , E., Velasquez de Naime , Y., & Rodriguez Monroy , C. (2014). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte. *6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management* . , 1348.

ARBOS, L. C. (2011). Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones.

JIMENEZ, L. F. (2015). LOS COSTOS DE LA MALA CALIDAD COMO QUINTO ELEMENTO DEL COSTO: APROXIMACIÓN TEÓRICA EN LA GESTIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN MEDIO DE LA CONVERGENCIA CONTABLE. *UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA*, 67.

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

WILLIAM PARRADO. (ABRIL de 2019). *ACICAM*. Obtenido de
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/comovaelsector_ABRIL-2019.pdf

MARITZA VILLAMIZAR . (2018). *CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA* . Obtenido de
LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL:

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11675/100000048.pdf>

WILLIAM PARRADO. (ABRIL de 2019). *ACICAM*. Obtenido de
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/comovaelsector_ABRIL-2019.pdf

IMAGEN TOMADA DE: CARGAS CLASIFICADAS. (2016). Obtenido de
<http://cargasclasificadas.blogspot.com/?view=classic>

MARITZA VILLAMIZAR. (2010). *CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA*. Obtenido de
LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL:

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11675/100000048.pdf>

WILLIAM PARRADO. (ABRIL de 2019). *ACICAM*. Obtenido de
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/comovaelsector_ABRIL-2019.pdf

Bernardo, J. (2011). *La teoría económica y financiera del precio: dos enfoques complementarios*. Obtenido de *La teoría económica y financiera del precio: dos enfoques complementarios*: <https://search-proquest-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/abiglobal/docview/1010350419/fulltextPDF/A1CCE8B9E12A438CPQ/6?accountid=50441> [Accessed 26 Jun. 2019].

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

Bogotá, C. d. (2019). *Cámara de comercio de Bogotá*. Obtenido de Cámara de comercio de Bogotá:
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/18795/PDF%20Balance%20de%20la%20economia%20de%20la%20región%20Bogota%20Cundinamarca%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Accessed 14 Aug. 2019].

Botero Pinzón. (2014). *Revista Ciencias Estratégicas*. Obtenido de Revista Ciencias Estratégicas: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264001.pdf>

Castellanos, M. &. (2010). *Situación de la competitividad de las pyme en colombia:*. Obtenido de Situación de la competitividad de las pyme en colombia::
<http://proxy.bidig.areandina.edu.co:2048/login?url=https://search-proquest-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/docview/1677585580?accountid=50441>

Díaz, C. (2011). *La investigación sobre la estrategia de precios en marketing : Orígenes y situación actual* . Obtenido de La investigación sobre la estrategia de precios en marketing : Orígenes y situación actual :
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/2068/1/La%20investigacion%20sobre%20la%20estrategia%20de%20precios%20en%20marketing3.pdf>

Figuerola, C. (2006). *La internacionalización de las empresas en Colombia. Revista*. Obtenido de La internacionalización de las empresas en Colombia. Revista: <https://link-galegroup-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/apps/doc/A174195469/GPS?u=fuaa&sid=GPS&xid=d3802aa7>

Flaquer, R. M. (2012). *Costos totales de la calidad. Elementos que lo integran. Editorial Universitaria de la República de Cuba*. Obtenido de Costos totales de la calidad. Elementos que lo integran. Editorial Universitaria de la República de Cuba: <https://go-galegroup->

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá

com.proxy.bidig.areandina.edu.co/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST
&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=4&docId=G
ALE%7CA146633604&docType=Article&sort=Relevance&contentSegment=ZSPS&

Ramírez, C. (4 de oct de 2016). *El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas Vol. 2*. Obtenido de El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas Vol. 2:

file:///C:/Users/maria/Downloads/DialnetElComportamientoOrganizacionalYSuImportanciaParaLa-5802885.pdf

Sanchez, B. (2009). *Problemática de conceptos de costos y clasificación de costos. Revista de investigación QUIPUKAMAYOC*. . Obtenido de Problemática de conceptos de costos y

clasificación de costos. Revista de investigación QUIPUKAMAYOC. : https://go-galegroup-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=5&docId=GALE%7CA240916732&docType=Article&sort=Relevance&contentSegment=ZSPS&

Scielo. (June de 2002). *FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo)*. Obtenido de FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo):

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200001

Pymes barrio El Restrepo, Bogotá