

FACTORES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN REDES EMPRESARIALES DE LOS SECTORES FINANCIERO, HOTELERO Y DE CARGA DE LA ZONA DE EL DORADO, BOGOTÁ D.C.*

FACTORS IN COMPETITIVENESS AND PRODUCTIVITY IN BUSINESS NETWORKS OF THE FINANCIAL, HOTELIER, AND THE EL DORADO LOADING ZONE IN BOGOTA, D.C.

Jan Leonard Hernández Tinoco* | Nohra Milena López Sánchez**

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló respondiendo la pregunta: ¿cómo influyen las redes empresariales en el mejoramiento de la productividad y la competitividad de las empresas ubicadas en la zona empresarial El Dorado de la ciudad de Bogotá D.C.?, de tal manera que permitiera reconocer los beneficios y factores de impacto para el desarrollo productivo y la competitividad que se genera en las empresas al pertenecer a redes o parques empresariales, desde el análisis de las empresas pertenecientes a los sectores hotelero, financiero y de carga ubicados en el eje de la avenida El Dorado en Bogotá, Colombia. Teórica y metodológicamente se empleó el análisis de redes

sociales como herramienta para analizar los elementos relacionales del sistema. Se identificó como principal resultado que a partir del establecimiento de los lazos más débiles de la red, sumado a los indicadores más altos de cercanía entre las empresas, permite una mayor conexión de información y una mejor conectividad de la red empresarial; en consecuencia, un aumento en su productividad y competitividad.

Palabras Clave: Redes empresariales, Redes Sociales, perfil económico, localidad de Engativá, localidad de Fontibón, productividad, competitividad.

Clasificación JEL: G20, R40, Z30

* PhD (c) Administración. Magíster en Administración. Ingeniero Industrial. Asesor y consultor empresarial. Docente de Extensión de la Universidad EAN. Gestor empresarial de la Secretaría de Desarrollo Económico. Teléfono: (57 1) 2276358; Teléfono Móvil: (57) 3157492454. E- mail: janleo17@gmail.com

** PhD (c) Administración. Magíster en Docencia. Especialista en Planeación educativa. Ingeniero Industrial. Docente Investigador de la Universidad Católica de Colombia. Gestora empresarial de la Secretaría de Desarrollo Económico. Teléfono: (57 1) 7016358; Teléfono Móvil: (57) 3013351140. E- mail: ingnohralopez@gmail.com, nmlopez@ucatolica.edu.co

Fecha de recepción: 07 de agosto de 2017

Fecha de aceptación: 13 de septiembre de 2017

ABSTRACT

The present investigation was developed answering the question: how do business networks influence the improvement of productivity and competitiveness of companies located in the El Dorado business area of the city of Bogotá D.C., in such a way that it would allow to recognize the benefits and impact factors for the productive development and the competitiveness that is generated in the companies when belonging to networks or business parks, from the analysis of the companies belonging to the hotel, financial and cargo sectors located in the axis of the El Dorado avenue in Bogotá, Colombia. Theoretically and methodologically, the analysis of social networks was used as a tool to analyze the relational elements of the system. It was identified as the main result that from the establishment of the weakest links in the network, added to the highest indicators of closeness between companies, allows a greater connection of information and better connectivity of the business network; consequently, an increase in their productivity and competitiveness.

Key words: Business networks, Social networks, Economic profile, Engativá Locality, Fontibón Locality productivity, competitiveness

JEL Code: G20,R40, Z30

INTRODUCCIÓN

Una de las preocupaciones más significativas en las políticas de un país, es la forma en cómo llegar a ser más productivo y, en consecuencia, proporcionalmente más competitivo. Es por ello que constantemente se buscan mecanismos que permitan generar desarrollo y crecimiento industrial, permitiendo que se puedan cumplir los objetivos planteados por el Estado en términos económicos, satisfaciendo las necesidades básicas de sus habitantes.

Es así que las redes empresariales son una alternativa al desarrollo de la productividad y competitividad de las empresas de un país, es por ello que se identificó la importancia de integrar como factor preponderante la teoría económica, que concibe la relación entre los diferentes actores como la constitución innata de redes empresariales.

Algunas de estas relaciones han sido definidas como distritos industriales, mileus y últimamente más mencionados como clúster, identificados en el ejercicio inconsciente de la sociedad de agruparse para hacer frente a los intereses de una comunidad. De tal manera, se logra identificar que las ciencias sociales, como la psicología, la sociología y la economía, buscan describir las relaciones entre individuos y organizaciones, permitiendo una mayor profundización en la comprensión del tejido social y empresarial al cual se quiere analizar.

Para ello es importante iniciar con los aportes generados por Granovetter, investigador en teorías de redes, quien menciona que los individuos logran obtener empleo gracias a lo que él denominó “vínculos débiles”: lazos y relaciones con conocidos o amistades lejanas que, a su vez, se relacionan con su círculo o red de amistades y conocidos, incrementando el nivel de interconexión de todos, visto no como un ejercicio de participación equitativa e igualitaria de la sociedad en la búsqueda del mejoramiento de las condiciones sociales de sus pueblos, sino como una relación propia del ser en la relación de confianza que establece con sus seres más cercanos (Granovetter, 1985).

Las redes son de gran multiplicidad, van desde la gestión de la agenda de la producción, hasta el programa de asesoría, con coordinación y apoyo económico. Estas pueden ser verticales u horizontales, dependiendo de las relaciones de poder y de las simetrías inter-empresariales. La red no es solamente una práctica, sino también un concepto para describir un mundo social.

Vázquez Barquero, Gereffi, Bair y Pedro Monreal González, en un análisis más específico, identifican

varios tipos de redes: distritos industriales, complejos industriales y clusters. Vásquez, apoyado en grandes pensadores como Alfred Marshall (1920) y Becattini, explica que la concentración de empresas en un distrito industrial consiste en que la proximidad geográfica propicia la creación de economías externas de escala, como consecuencia de la formación de un *pool* de fuerza de trabajo especializada, la circulación de ideas y el conocimiento entre las diferentes empresas y en diferentes actividades productivas. Es un territorio histórica y espacialmente delimitado, que se caracteriza por la presencia activa de la población y de las empresas locales (Becattini, 2003).

A partir de 1980, se desarrolla el clúster como un nuevo modelo introducido por Porter, que se define como una concentración de empresas sectorial y geográficamente, las cuales se ven beneficiadas de las economías externas, pero son grupos conformados por empresas que se diferencian de las redes en que pueden existir sin desarrollar los aspectos de eficacia colectiva que se asocian al modelo del distrito industrial, la cooperación entre empresas, el aprendizaje conjunto y la innovación fruto de la colaboración. Porter entiende que para competir en las mejores condiciones, las empresas e instituciones tienden a agruparse en un área delimitada, vinculándose entre ellas y creando así un sistema de relaciones que estimula las estrategias competitivas de las empresas y, por lo tanto, del propio clúster. Estos centralizan los proveedores, productores y clientes, además de los factores propios de la producción, como la maquinaria, tecnología y la mano de obra calificada (Porter, 2008).

Carrillo y Hualde plantean que las redes se extienden más allá de un territorio concreto y pueden iniciarse sin la fuerte cohesión social de los distritos y con una menor complejidad que los clusters industriales (Carrillo, J. y Hualde, A. 1996). Montero define cuatro tipos de redes: la territorial, la productiva, la comercial y la tecnológica. En un clúster industrial las empresas pueden estar involucradas de diversas maneras, organizadas de acuerdo con sus características, po-

sibilitando así su interrelación y convivencia. Configurando, por tanto, las redes de relaciones basadas en la subcontratación, en esquemas de colaboración interorganizacional, que se pueden clasificar de acuerdo con esta, habiendo así redes tipo árbol, estrella, de distribución, malla y polo (Montero, C y Morris, P. 1999).

Los encadenamientos productivos se garantizan a través de un conjunto de redes sociales entre empresas o grupos de empresas. Se trata de atender mercados específicos y el punto central es el desarrollo de programas de apoyo, empezando por un enfoque del lado de la demanda.

Este análisis se centrará en identificar las redes existentes en la zona empresarial de El Dorado y estas, a su vez, cómo han influido en el desarrollo de factores de productividad y competitividad. Estas se identificarán por medio de tres categorías centrales definidas así:

1. Intensidad o fuerza del vínculo (Granovetter, 1973), que permite identificar la debilidad o fortaleza de los vínculos. No existe medición. Se analizó a partir de que los actores identificarán: el tipo de comunicación, la frecuencia de los encuentros y la valoración de la fuerza del vínculo, identificados en las relaciones entre los actores, más no al nodo ni a la red.
2. Densidad (Velázquez A. & Aguilar G., 2005), que permite conocer el número de vínculos repetidos en las relaciones identificadas en toda la red.
3. Cercanía (Velázquez A. & Aguilar G., 2005), que muestra la capacidad de todos los actores de llegar al nodo de una red, así como el posicionamiento de un actor frente a otros, identificados en toda la red.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se empleó una metodología empírico-analítica de tipo descriptivo

experimental, la cual permitió realizar una descripción de las características y hechos propios de la zona de estudio, de carácter experimental ya que permitió explicar la relación causa-efecto entre las variables de investigación en cinco momentos:

En el primero se realizó una revisión bibliográfica sobre el tema de redes empresariales, productividad y competitividad, junto con los estudios históricos del análisis de redes sociales como enfoque metodológico y conceptual.

En el segundo momento, se procedió con la identificación de los sujetos de estudio, el cual se delimitó a las empresas de los sectores financiero, hotelero y de carga de la zona de El Dorado de Bogotá. En un tercer momento, se seleccionaron las empresas ubicadas en el eje vial de la avenida El Dorado o Calle 26, partiendo de la ubicación geográfica del aeropuerto El Dorado, hasta la avenida Cra 68, determinando que la población objeto de estudio se encontraba constituida por 23 empresas.

Al identificar la población se investigó la forma de cálculo de la muestra para una población finita, según el modelo planteado por Arrazola García y Córdoba Hosanilla (1992), a partir de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2 * p * q)/e^2}{(1 + ((Z^2 * p * q)/e^2) - 1)/N}$$

Dónde:

N: tamaño de la población.

n: muestra de la población

Z: Constante conforme al nivel de confianza elegido.

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia.

e: error muestral deseado

Luego aplicar la fórmula anterior, con margen de error del 5% y una confiabilidad del 95%, se obtuvo como muestra 22 empresas. Sin embargo, solo 16 de estas empresas participaron en la investigación.

En el cuarto momento: se aplicó el cuestionario a los representantes de cada una de las instituciones de forma personal. A partir de allí se procedió a recopilar la información, identificando la intensidad, la densidad y la cercanía entre las relaciones empresariales con las firmas seleccionadas.

Posteriormente, en el quinto momento, se procedió a sistematizar la información recolectada a partir de una matriz de Excel, actividad necesaria para vincular la misma en el software UCINET®, herramienta para el análisis de datos de la red social, desarrollado por Lin Freeman, Martin Everett y Stephen Borgatti, donde se realizó el estudio de los datos.

Por último, fueron obtenidos los indicadores de red para el análisis. En el caso concreto de esta investigación se tomaron como referencia tres: la centralidad (*degree*), la densidad (*density*) y la cercanía (*closeness*). Es importante mencionar que la intensidad o fuerza del vínculo no tiene un indicador en sí, por lo cual es necesario partir de la valoración que hacen los empresarios en ese sentido y las orientaciones analíticas elaboradas por los investigadores.

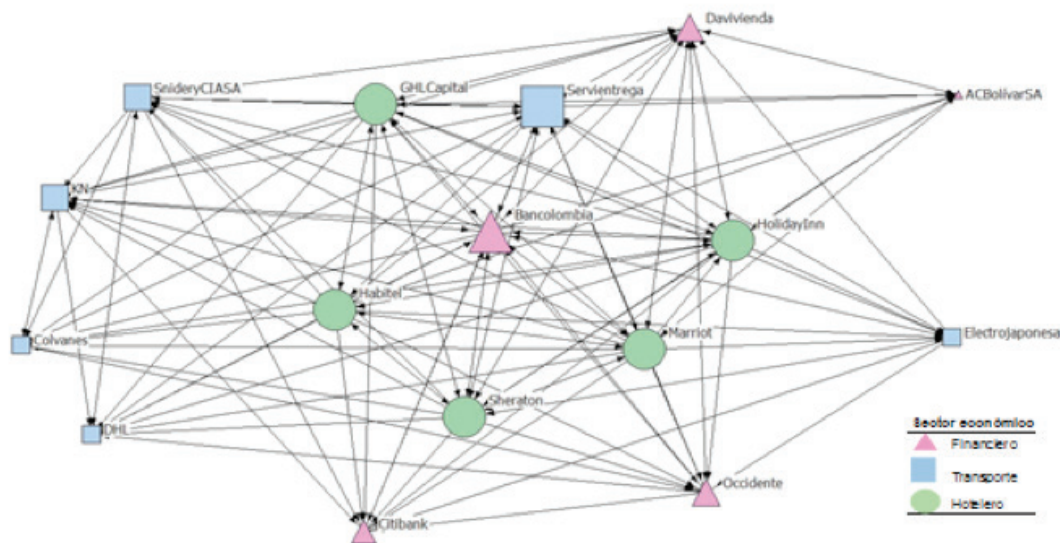
Resultados

Los resultados se presentan por medio de la relación existente dentro de las empresas ubicadas en el eje empresarial El Dorado, en la ciudad de Bogotá D.C., Colombia, y pertenecientes a los sectores hotelero, financiero y de carga, de tal manera que se pueda identificar si su relación les ha brindado los mecanismos para llegar a ser más productivos y competitivos.

Reconocimiento

En la red de reconocimiento se pueden visualizar las principales interacciones que ocurren en toda

Figura 1 Reconocimiento de la Red



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

primera aproximación a las relaciones personales o económicas entre sujetos o agentes. Esto quiere decir que es un nivel superficial y preliminar del análisis, que permitirá llegar a la profundidad de esas relaciones cuando se indaga por la fuerza de esos vínculos y las diferentes interacciones que allí ocurren, tal como se ve en la figura 1.

Tabla 1: Estadísticas descriptivas de densidad, desviación y centralidad de red.

Densidad red reconocimiento	58,58%
Desviación estándar	4,9
Centralización red	44,40%

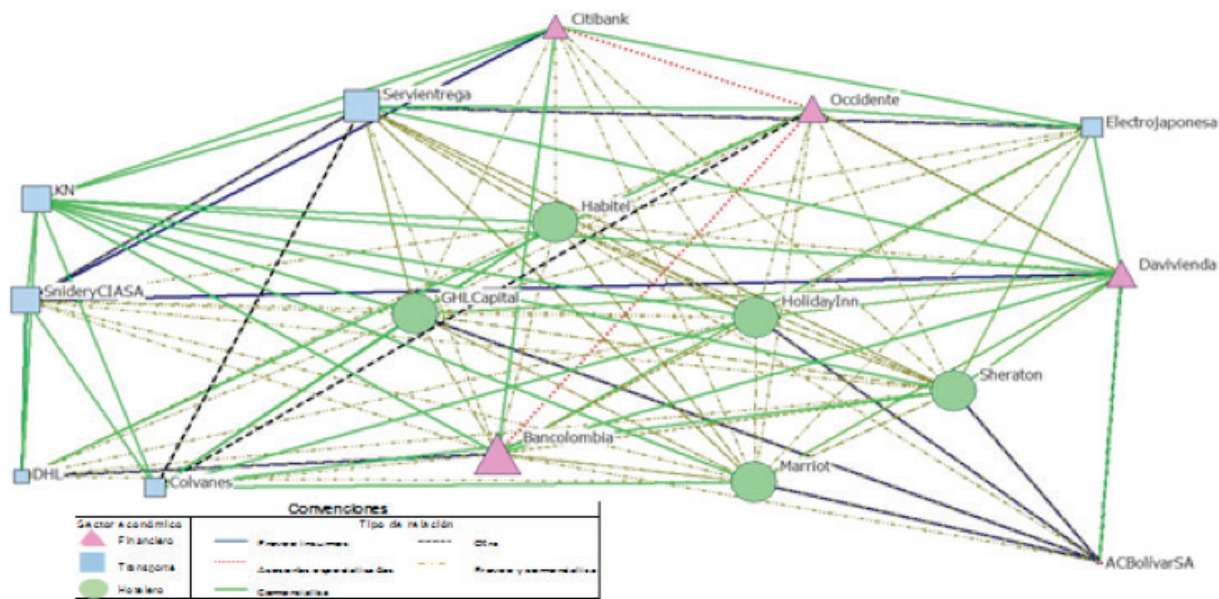
Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Es posible identificar, a través de la tabla 1, estadísticas descriptivas de densidad generadas por el software UCINET®, la desviación y centralidad de

red, que esta red de agentes tiene una tendencia a no concentrar relaciones, resultado positivo para la consolidación de la red, sobre la base de que ningún agente requerirá de otro para gestionar la red, sino de la relación establecida entre los diferentes actores, debido a que sus niveles de centralización son medios 44%, al igual que los datos de intermediación bajos. A su vez, la densidad, es decir, el grado de interacciones es medio con un 58,58%. Sumado a lo anterior se pueden evidenciar en los datos de grado de centralidad (*degree*) y de intermediación (*Betweenness*) lo siguiente: (a) los actores más centrales de la red de reconocimiento se localizan entre Bancolombia, Servientrega, GHLCapital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holliday Inn con valores del 100%. Sin embargo, esta referencia cambia para el momento de profundizar en el nivel de análisis, donde sale del panorama Servientrega y los valores disminuyen, de tal manera que permite identificar la fortaleza de los vínculos (Granovetter, 1973) entre los agentes con grados medios de densidad y cercanía (Velázquez A. & Aguilar G., 2005), logrando los agentes llegar al nodo sin el

Tipo de relación

Figura 2: tipo de relación de la red



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

posicionamiento de un agente frente a los otros y con una mayor posibilidad de desarrollo colectivo.

Tabla No. 2 Estadísticas descriptivas de densidad para tipo de relación.

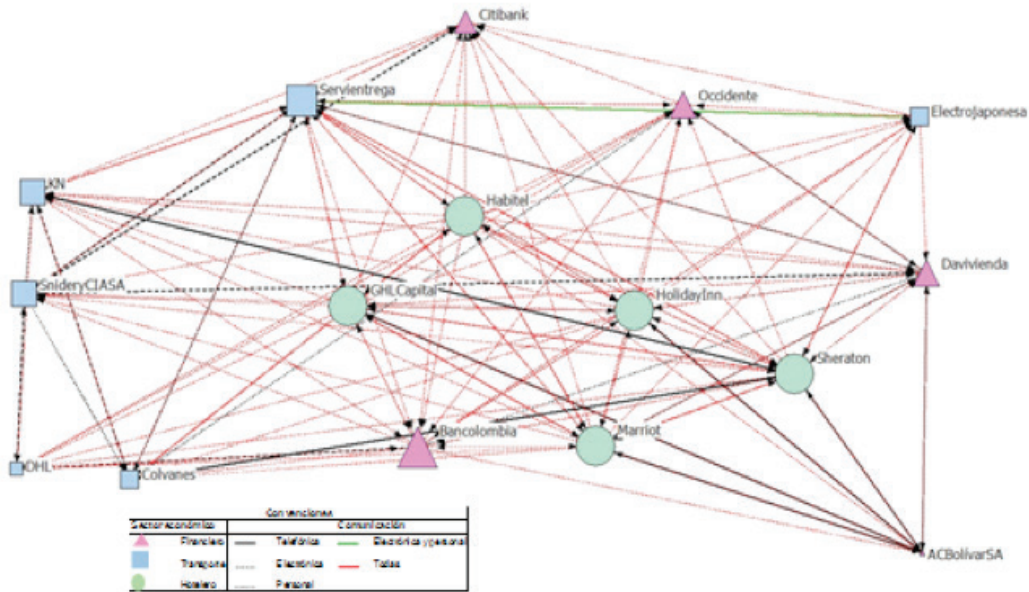
iguales a 1	Density (matrix average) = 7,14%
iguales a 2	Density (matrix average) = 2,14%
iguales a 3	Density (matrix average) = 26,43%
iguales a 5	Density (matrix average) = 62,14%

Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

En la red tipo de relación predominan las relaciones que combinan la provisión de insumos con la comercialización, con una densidad de 62%. En lugar de ello, las relaciones del tipo asesorías especializadas tienen una densidad del 2%. En relación con el grado de centralidad, como se indicó anteriormente, este se concentra en: Bancolombia, GHL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holliday Inn con valores de 100%, mientras disminuye el nivel de centralidad de Servientrega a 86,7%, disminuyen los valores para: AC Bólvivar SA (46,7%) y DHL (60%), mientras que los demás agentes se mantienen constantes en los valores. Para la intermediación los valores se incrementan para Bancolombia, GHL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holliday Inn, Snider y Cía., Occidente, Davivienda; disminuye para Servientrega y se mantiene constante para Electrojaponesa, DHL y Citibank, ver figura 2 y tabla 2.

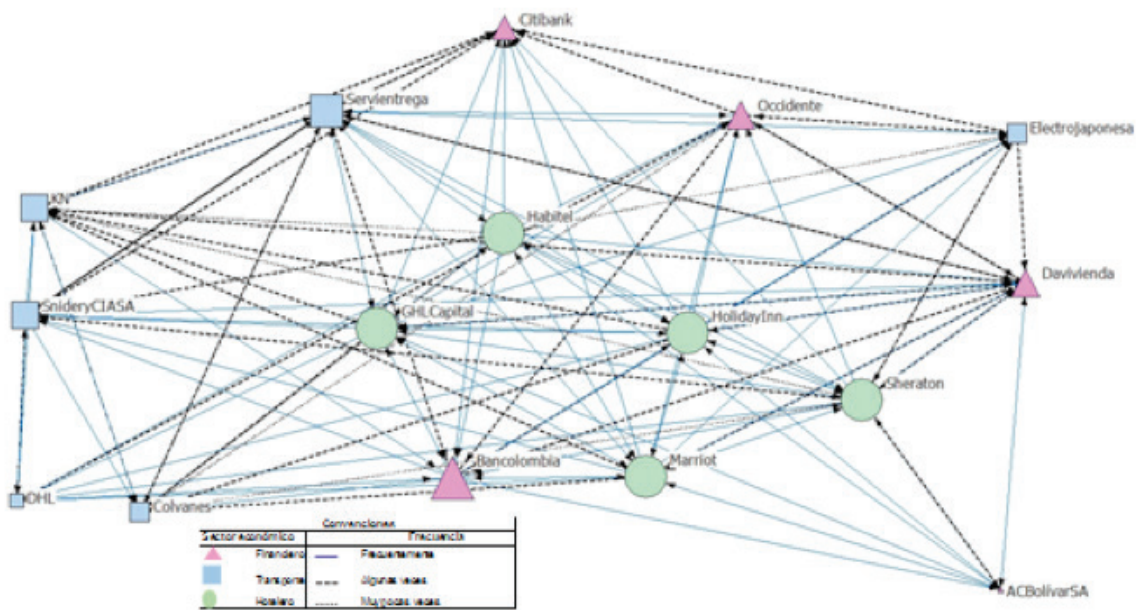
Medio de comunicación-frecuencia-fuerza del vínculo

Figura 3 Medio de Comunicación de la red



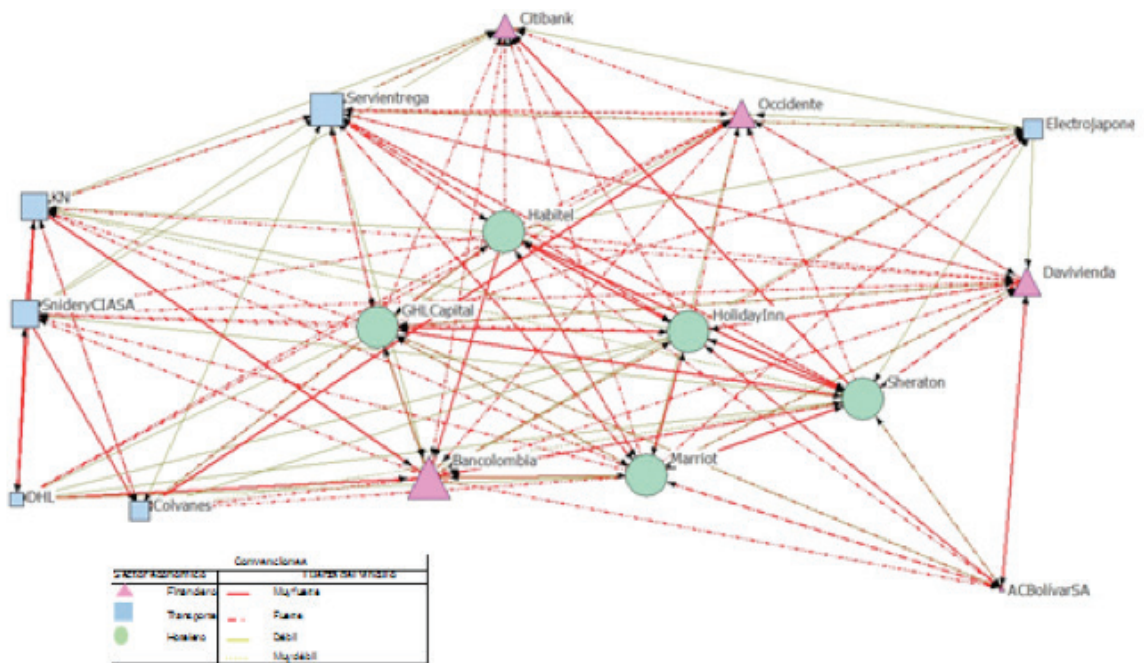
Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Figura 4 Frecuencia de la Red



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Figura 5 Fuerza del Vínculo de la Red



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Tabla 3 Estadísticas descriptivas de densidad para Medio de Comunicación, Frecuencia de la red y Fuerza del Vínculo de la red.

Vínculos fuertes	Density (matrix average) = 69,29%
	Standard deviation = 0.4613
vínculos débiles	Density (matrix average) = 30,71%
	Standard deviation = 0.4613

Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Estas tres últimas figuras: 3 Medio de comunicación de la red, 4 Frecuencia de la red y 5 Fuerza del vínculo de la red, permiten identificar en forma conjugada el grado de proximidad de las relaciones entre los distintos agentes económicos que conforman la red. En este sentido, al ver la tabla 3,

Estadísticas descriptivas de densidad para Medio de Comunicación, Frecuencia de la red y Fuerza del Vínculo de la red, se logra discriminar los valores de intensidad del vínculo entre fuertes y débiles, identificando la densidad para cada una de estas redes; complementando el análisis con la frecuencia y el medio por el que se comunican, es posible concluir lo siguiente:

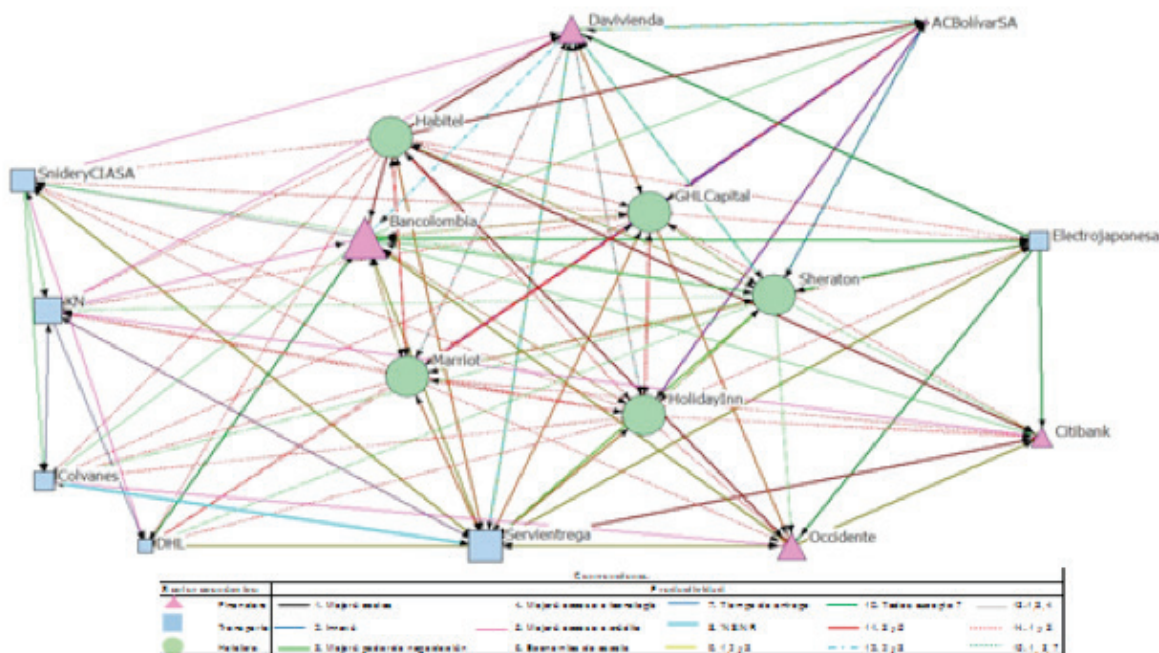
- La mayoría de vínculos es fuerte, con una densidad de esta red de 67%, y con una frecuencia muy alta, 70%.

- En contraste, las relaciones débiles son muy bajas, con un 31%, sumado a una frecuencia de encuentros algunas veces y muy pocas veces de 33%.

- De nuevo los mayores grados de centralidad (100%) se concentran en los mismos actores: Bancolombia, GHL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holliday Inn.

Productividad

Figura 6 Productividad de la Red



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®

Tabla 4 Estadísticas descriptivas de densidad para productividad de la red.

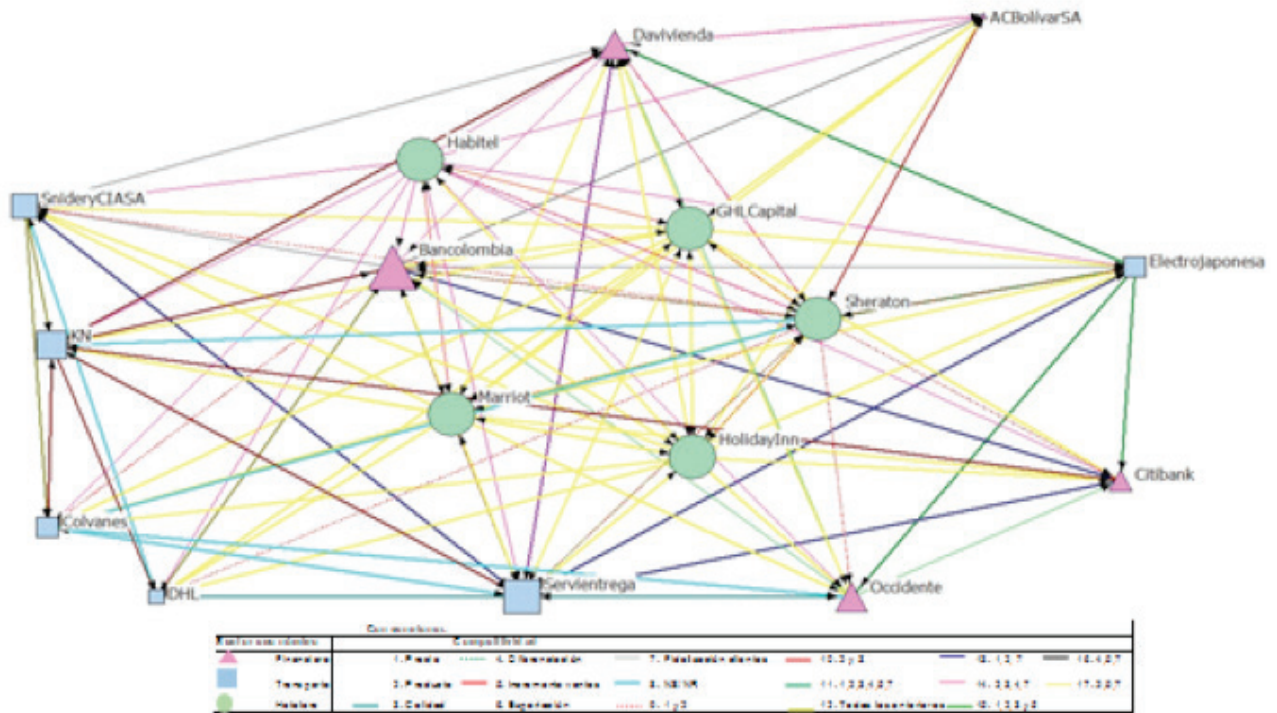
Densidad para mayores o iguales a 9*	Density (matrix average) = 79,14%
	Standard deviation = 0.4063
Densidad para menores o iguales a 7**	Density (matrix average) = 20,14%
	Standard deviation = 0.4011
*Quiere decir para todas las relaciones con alguna combinación.	
**Quiere decir la densidad para la red con solo una opción de las enunciadas.	

Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Los indicadores de red permiten deducir que la mayoría de relaciones se concentra en la combinación de varios factores de productividad, con una densidad de la red de 79%, como se puede ver en la tabla 4, Estadísticas descriptivas de Densidad para Productividad de la red, por su parte un solo factor de productividad es indicador del 20% de las relaciones. En relación con los niveles de intermediación, aumentan en relación con las otras redes analizadas. Se concentran en los mismos agentes económicos los mayores valores Bancolombia, GHL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holliday Inn; sin embargo, incrementan para: Servientrega, DHL, Davivienda, Occidente, Colvanes y KN.

Competitividad

Figura 7 Competitividad de la Red



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Tabla 5 Estadísticas descriptivas de Densidad para Competitividad de la red.

Densidad para Menor o igual a 7	Density (matrix average) = 8,63%
	Standard deviation = 0.2809
Densidad para Mayor o igual a 9	Density (matrix average) = 87,05%
	Standard deviation = 0.3357

Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Los indicadores de red permiten inferir que la mayoría de relaciones se concentra en la combinación de varios factores de competitividad,

con una densidad de la red de 87%. Por su parte, un solo factor de competitividad es indicador del 8% de las relaciones. Por otra parte, los niveles de intermediación aumentan con relación en las otras redes analizadas, pero en igual magnitud para los valores de productividad. Se concentran en los mismos agentes económicos los mayores valores: Bancolombia, GHIL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holliday Inn.

Conclusiones y discusión

Análisis crítico

Figura 8: Clúster Productividad

Clúster productividad

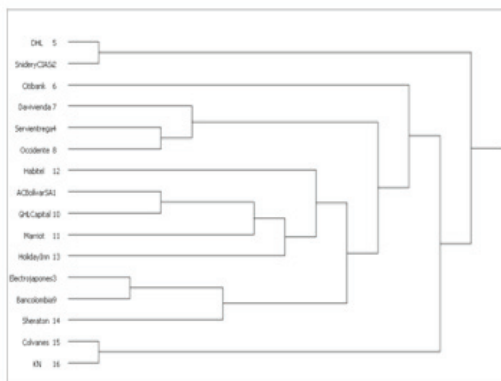
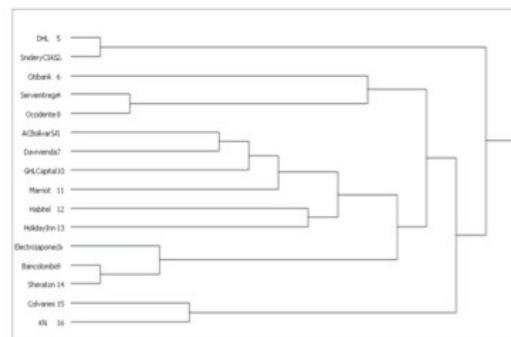


Figura 9: Clúster Competitividad

Clúster competitividad



Fuente: elaboración propia sobre la base de UCINET®.

Si se establece un análisis comparativo entre la competitividad y la productividad, es posible inferir que existe una mayor interacción en la primera que en la segunda. Esto es posible corroborarlo con los valores de densidad de la red; a su vez, los grados de centralidad asociados a la densidad de la red permiten indicar que este grupo de empresas (Bancolombia, GHL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holiday Inn) concentra el mayor valor agregado y, en términos generales, se podría plantear en clave de “clúster” nuclear la interacción que establecen, de tal manera que corroboran que las relaciones establecidas dentro de los actores permiten ejecutar con una mayor eficacia el desarrollo de clúster, al estar trabajando conjuntamente.

La investigación permitió reconocer en la zona de estudio la construcción del Clúster Nuclear, estructurado por las empresas Bancolombia, GHL Capital, Habitel, Marriot, Sheraton y Holiday

Inn, las cuales pueden ser participes activos y significativos dentro de la intención de la Cámara de Comercio de Bogotá de consolidar el clúster de Turismo de Negocios y Eventos, en razón a que en el establecimiento de sus relaciones ha podido potencializar aspectos tan importantes en la construcción de redes tales como el reconocimiento, la fuerza del vínculo, la densidad y la cercanía con la que cuentan, fuente generadora de Capital para la estructura administrativa y la sociedad.

Se establece que el grado de relación establecido dentro de lo que se ha denominado Clúster Nuclear se fortalece, no solo por vínculos de red evidenciados en la presente investigación, sino por los logros obtenidos en la asociación COTELCO (Asociación Hotelera y Turística de Colombia).

Se comprobó, para el caso de la presente investigación, que la cercanía desde el punto de vista

de red (Velázquez A. & Aguilar G., 2005), propicia en mayor medida la constitución de clúster nuclear más que por la concentración geográfica (Porter, 2008), vinculando agentes de otros sectores, como los casos de las empresas Servientrega y Bancolombia, en el ofrecimiento de recursos necesarios para su competitividad y los cuales pueden concebirse como una cadena de valor al brindarle soporte y apoyo al clúster nuclear.

Frente a lo anterior, la vinculación de Servientrega y Bancolombia permite componer al clúster nuclear como una organización con la configuración de cadena de valor, ingrediente fundamental para una organización basada en procesos que busca la satisfacción permanente de su cliente y que seguramente podrá obtener normalización y certificarse en sistema de gestión de la calidad, uno de los aspectos representativos por trabajar para mejorar su nivel de competitividad.

Se hace evidente que para mejorar el desarrollo del tejido empresarial colombiano, sobre todo en temas relacionados con asociatividad y consolidación de redes empresariales, es necesario desarrollar las ciencias administrativas y dependientemente la inclusión de las ciencias sociales, las cuales brindan una orientación de las relaciones que se establecen dentro de los actores que intervienen en una sociedad compleja y con intereses diferentes.

El hecho de pertenecer a una asociación, parque empresarial o red, no es garantía de trabajo en conjunto, según el objetivo primordial por el cual se compone, evidenciado en la presente investigación, donde se logra identificar una mayor interrelación entre diferentes actores por el grado de complementariedad de sus servicios. Es decir, requieren adquirir sus servicios uno del otro para el usufructo de su razón social más que la integración de intereses guiados hacia el fortalecimiento de sus debilidades para la penetración de nuevos y mejores mercados.

REFERENCIAS

Cardona, M. (2000). Redes industriales como construcción social para la competitividad. *Revista Aldea Mundo Universidad de los Andes - Venezuela*.

Cardona, M. y Osorio, A. (2002). Gestión Empresarial de desarrollo vista a través de: las trayectorias profesionales, las redes y las competencias. Medellín, Colombia: Universidad Eafit, informe de investigación.

Cardona, M. (2006) Redes, asociatividad y alianzas. Periódico *Portafolio* - Colombia.

Deming, W. (2008). *Calidad, productividad y Competitividad: la salida a la crisis*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Fernández, Juan C. y Arranz, Nieves (1999). *La Cooperación entre empresas: Análisis y Diseño*. Madrid, España: Editorial ESSIC.

Hernández, Roberto, et all. (2007). *Fundamentos de metodología de la Investigación*. Madrid, España: Editorial Mc Graw Hill.

Gonzalo Maldonado-Guzmán, Carlos, H. G., y Edgar, J. G. (2012). Co-operation as a marketing strategy in Mexico's SMEs: An empirical evidence/ La colaboración como estrategia de marketing en la pyme de México: Una evidencia empírica/ Colaboração e estratégia de marketing nas PME no México: A evidência empírica. *Revista De Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 6(2), 16-28. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1037991941?accountid=48891>.

Hugo José, M. C., Tomás José, F. H., y Efraín de la, H. G. (2011). Análisis comparativo entre las cadenas productivas del sector textil-confecciones de la provincia de Jiangsu-China y el departamento del Atlántico-Colombia/ Comparative analysis between the chain of textile-apparel in of jiangsu province in china and the department of the atlántico-Colombia. *Ingeniare:*

Revista Chilena De Ingeniería, 19(3), 429-441. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1011569511?accountid=48891>.

Cámara de Comercio de Bogotá D.C. (2010). Como trabajar en red empresarial. Tomado http://www.bogotaemprende.com/documentos/3607_31_03_10_2doc_trabajarred.pdf consultado Febrero 24 de 2013, 4:00pm.

Uribe Garzón, C. (2002). Bases del Cooperativismo (Vol. Quinta edición). Bogotá: Fondo Nacional Universitario.

Secretaría del Senado de la República de Colombia (1998). Ley 454 de 1998, consultado Febrero 27 de 2013, 10:45pm en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1998/ley_0454_1998.html.

El Tiempo (2013). Medellín es la ciudad más innovadora del mundo. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12627469>. Tomado Marzo 01 de 2013, 2:40pm.

Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2012). Acuerdo 489 de 2012, consultado Marzo 01 de 2013, 5:23pm en: <http://portel.bogota.gov.co/portel/libreria/pdf/Acuerdo489de2012Plandedesarrollo2012-2016.pdf>.

HSBCNoticias.com (2013). Apoyan redes empresariales en Cundinamarca. Consultado Febrero 23 de 2013, hora 7:08pm en: <http://hsbnoticias.com/vernoticia.asp?wplaca=34833>.

Azua, Jon (2008). *Clusterizar y globalizar la economía "La magia del proceso"*. Bogotá, Colombia: Editorial Oveja Negra.

Porter, Michael (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Tacuarí.

Porter, Michael (2008). *Ventaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Senge, Peter (2004). *La quinta disciplina*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Garnica.

Arroyo López, M. y Cárcamo Solís, M. (2010). Terceras partes como coordinadores de redes organizacionales soportadas por relaciones sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, XVI (3), 389-399.

Asociación Chilena de Municipalidades (1995). *El desarrollo económico local*. Fundación Friedrich Ebert. Santiago de Chile: La Asociación.

Bakerman, M. y Sirlin, P. (1998). Política industrial y estabilización, apertura e integración económicas. En *Comercio Exterior: Órgano de difusión del Banco Nacional de Comercio Exterior*. Vol. 48, No7.

Becattini, M. (ed) (1987) *Mercato e Forze Locali: Il distretto industriale*. Bologna: Il Mulino.

Burt, R. (2000). The Network Structure Of Social Capital. En: *Research in organizational Behavior*. Vol 22.Greenwich.

Garafoli, G. (1994). "Los sistemas de pequeñas empresas: un caso paradigmático de desenvolvimiento endógeno". En: *BENKO, G. y LIPIETZ, A. (eds.): Las regiones que ganan. Distritos y redes: los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Alfonso el Magnánimo. Generalitat Valenciana. Valencia 59-80.

Gereffi, G. (1995). The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Reetailers Shape Overseas Production Networks. Digesto del seminario de Política Industrial del Doctorado de Economía, UNAM.

González, P. (1998). La política industrial en la era de la globalización. En: *Comercio Exterior: órgano de difusión del Banco Nacional de Comercio Exterior*. Vol. 48, No. 7.

Granovetter, Mark S. (1973). La fuerza de los vínculos débiles. En *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. En *American Journal of Sociology*, Vol.91, No.3.
- Hanneman, Robert A. (2000). Introducción a los métodos de análisis de redes sociales. Available from <http://revista-redes.rediris.es/webredes/>.
- Hualde, A. (1998). Pymes y desarrollo regional: La utilidad de los enfoques europeos y sus limitaciones. En: *Revista de la sede académica de México de la facultad de Ciencias Sociales*. Vol. 7, No. 13.
- García Macías, A. (2002). Redes sociales y clusters empresariales. *Redes*, 1(6), 1-20.
- Humprey, J. y Schmitz, H. (1995). Principles for promoting clusters & network of SMEs. En: *UNIDO. No.1 United Nations Industrial Development Organization*.
- Jarillo, J. (1993). *Estrategia Internacional*. Mcgraw-Hill.
- Masaaki, I. y Gemba, K. (1998). *Cómo implementar el Kaizen en el sitio de trabajo*. Santa fe de Bogotá: Mc Graw Hill.
- Montero, C. y Morris, P. (1999). "Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno. Metodología para el estudio de los Sistemas Regionales de Innovación". Ponencia presentada en el Seminario Internacional "Instituciones y actores del desarrollo territorial en el marco de la globalización", Concepción, 14 y 15 de enero de 1999).
- Monreal González, P. (2000). La paradoja global-local y la cuestión del desarrollo. p.p. 18 – 34; Centro de Investigaciones de Economía Internacional (CIEI) Universidad de La Habana. www.uh.cu/facultades/economia/Contenido/IVretosteoriaeconomica/ponenciascentrales/IV6MONREAL.doc.
- Murcia-Sandoval, M., y García-Molina, M. (2011). Grupos económicos y productividad en Colombia, una mirada a la encuesta anual manufacturera. *Innovar*, 21(40) Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1677603655?accountid=33146>
- Ortiz, C. H., Uribe, J. I., y Vivas, H. (2013). Productividad, acumulación y deseconomías públicas en el crecimiento económico colombiano. *Cuadernos De Economía*, 32(59), 235-265. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1677493015?accountid=33146>
- Perez, W. y Stumpo, G. (2001). "Las políticas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe". En Enrique Dussel (coord.), *Claroscuros: integración exitosa de pequeñas empresas y medianas empresas en México*, México.
- Pike, F. (1995). *Las redes cooperativas de pequeñas empresas*. Caracas, Venezuela: Ed. Galac.
- Pinto, J. y Suárez, F. (1999). "Política de talento humano para la Pyme en Colombia". En: *Banco Interamericano de Desarrollo; Departamento Nacional de Planeación y Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias. Desarrollo de la pequeña y mediana empresa en Colombia*. Bogotá: los editores.
- Szarka, J. (1994) Las redes y la pequeña empresa, en *Desarrollo y Gestión de PyMEs: Aportes para un debate necesario*, Hugo Kantis (Ed.), Universidad Nacional General Sarmiento, Buenos Aires, 1998.
- Vásquez Barquero, A. (2006). Surgimiento y transformación de clusters y milieus en los procesos de desarrollo. *Revista Eure* Vol. XXXII, No. 95 pp. 75-92, Santiago de Chile.
- Velázquez A., Alejandro, y Aguilar G., Norman. (2005). Manual introductorio al análisis de redes sociales. México.
- Villavicencio, D. (2003). "Economía y sociología: Historia reciente de una relación conflictiva,

discontinua y recurrente”. En: E. De la Garza Toledo (Ed.), *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo* (pp. 683-715). México D.F.: El Colegio de México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana, Fondo de Cultura Económica.