

## Evaluación de las estrategias competitivas y sociodemográficas Cámara de Comercio de Facatativá.

*Evaluation of The Competitive and Socio-Demographic Strategies Facatativá Chamber of Commerce.*

*Évaluation des stratégies concurrentielles et sociodémographiques de la Chambre de commerce Facatativá.*

*Avaliação das Estratégias Competitivas e Sociodemográficas Da Câmara de Comércio da Facatativá.*

*Fecha de recepción: 28 de marzo de 2019*

*Fecha de aprobación: 30 de abril de 2019*

**Fabio Orlando Cruz Páez<sup>1</sup> - Luisa Fernanda Sánchez Sarmiento<sup>2</sup>**

### Resumen

El presente artículo de reflexión original, muestra la importancia que se da con la realización de los estudios sociodemográficos en una región, dado que se pueden medir gracias a la caracterización de la población en aspectos de educación, vivienda, salud y seguridad para poder diagnosticar el estado actual de desarrollo socioeconómico en el territorio, es así como la Cámara de Comercio de Facatativá -CCF a través del desarrollo de pasantías de estudiantes de la Universidad de Cundinamarca y de personal profesional de la misma, realizó la caracterización sociodemográfica en los municipios de la jurisdicción, como resultado de la pasantía se enfocó el informe técnico en la

investigación y el análisis de las estrategias que se implementaron para fortalecer y/o potencializar el desarrollo regional con base en el análisis de datos obtenidos en el estudio implementado por la Cámara de Comercio y la aplicación de una encuesta a 3 expertos de la entidad con base en las variables teóricas estrategias competitivas y estudio sociodemográfico diagnosticados y evaluados para los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá.

### Palabras claves

*Estrategias competitivas, estudio sociodemográfico, Cámara de Comercio de Facatativá, Universidad de Cundinamarca*

Para citar este artículo: Cruz- Páez, F. O. & Sánchez- Sarmiento, L. F (2019). "Evaluación de las Estrategias Competitivas y Sociodemográficas Cámara de Comercio de Facatativá". In *Vestigium Ire*. Vol. 13-1, pp. 41-67.



1 Magíster en Administración de Organizaciones. Universidad de Cundinamarca, Colombia, Universidad Santo Tomás, Colombia, SENA Centro de Biotecnología Agropecuaria. Correo electrónico: focruz@ucundinamarca.edu.co . Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7834-2762>. Facatativá, Cundinamarca- Colombia

2 Administradora de Empresas. Universidad de Cundinamarca. Correo electrónico: lfernandasanchez@ucundinamarca.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3100-0719>. Facatativa, Cundinamarca- Colombia.

## Abstract

This original reflection article, shows the importance given with the realization of sociodemographic studies in a region since they can be measured thanks to the characterization of the population in aspects of education, housing, health and safety in order to be able to diagnose the current state of socioeconomic development in the territory, this is how the Facatativá Chamber of Commerce -CCF through the development of internships of students of the University of Cundinamarca and professional staff of the same, carried out the Sociodemographic characterization in the municipalities of the jurisdiction, as a result of the internship the technical report was focused on the research and analysis of the strategies that were implemented to strengthen and / or enhance the socio-regional development based on the analysis of data obtained in the study implemented by the Chamber of Commerce and the application of a survey of 3 experts of the entity based on the theoretical variables competitive strategies and nationalized study municipalities of the jurisdiction of the Facatativá Chamber of Commerce.

### Keywords:

*Competitive Strategies, Sociodemographic Study, Facatativá Chamber of Commerce, University of Cundinamarca.*

## Résumé

Cet article de réflexion original, montre l'importance donnée avec la réalisation des études sociodémographiques dans une région puisqu'elles peuvent être mesurées grâce à la caractérisation de la population dans les aspects de l'éducation,

du logement, de la santé et de la sécurité afin de pouvoir diagnostiquer l'état actuel du développement socio-économique sur le territoire, c'est ainsi que la Facatativá -CCF à travers le développement des stages d'étudiants de l'Université de Cundinamarca et du personnel professionnel de la même Caractérisation sociodémographique dans les municipalités de la juridiction, à la suite du stage, le rapport technique s'est concentré sur la recherche et l'analyse des stratégies mises en œuvre pour renforcer et /ou améliorer le développement socio-régional sur la base de l'analyse des données obtenues dans l'étude mise en œuvre par la Chambre de commerce et l'application d'une enquête auprès de 3 experts de l'entité basée sur les variables théoriques des stratégies concurrentielles et de l'étude nationalisée de la juridiction de la Chambre de commerce de Facatativá.

### Mots-clés:

*Stratégies compétitives, Étude sociodémographique, Chambre de commerce Facatativá, Université de Cundinamarca.*

## Resumo

Este artigo de reflexão original, mostra a importância dada com a realização de estudos sociodemográficos em uma região, uma vez que podem ser medidos graças à caracterização da população em aspectos da educação, habitação, saúde e segurança, a fim de ser capaz de diagnosticar o estado atual do desenvolvimento socioeconômico no território, é assim que a Câmara de Comércio Facatativá -CCF através do desenvolvimento de estágios de estudantes da Universidade da Cundinamarca e pessoal profissional do mesmo, realizado a Câmara de Comércio Facatativá -CCF através do desenvolvimento de estágios de estudantes

da Universidade da Cundinamarca e pessoal profissional do mesmo, realizado a Caracterização sociodemográfica nos municípios da jurisdição, como resultado do estágio o relatório técnico foi focado na pesquisa e análise das estratégias que foram implementadas para fortalecer e/ou aprimorar o desenvolvimento socio-regional com base na análise dos dados obtidos no estudo implementado pela Câmara de Comércio e na aplicação de um levantamento de 3 especialistas da entidade com base nas variáveis teóricas estratégias competitivas e estudo nacionalizado municípios da jurisdição da Câmara de Comércio de Facatativá.

**Palavras chave:**

*Estratégias Competitivas, Estudo Sociodemográfico, Câmara de Comércio de Facatativá, Universidade de Cundinamarca*

## Introducción

### Antecedentes del problema

La Cámara de Comercio de Facatativá se consolidó de acuerdo al decreto 622 de 2000, como la segunda más grande del departamento de Cundinamarca en función de la cantidad de municipalidades vinculados a ella, extendiendo su jurisdicción territorial con un total de 37 municipios en aproximadamente 6.300 k. m<sup>2</sup> entre el norte y occidente del departamento, abarcando el 24,2 % del territorio cundinamarqués y llegando a más de 697.183 habitantes en la región (Cámara de Comercio de Facatativá, 2019, pp.17-18).

En vista de que es de vital importancia la investigación y elaboración de un estudio socioeconómico, con base a información cuantitativa que involucre variables

demográficas de la región como población y sociales como, educación, salud y seguridad, así como información de fuentes primarias que revelen el comportamiento y variación del crecimiento empresarial de la región, para la generación de una fuente sistematizada de información y estrategia compacta de interés para la Cámara de Comercio.

La hipótesis de la investigación es: la elaboración del estudio con base en variables demográficas como población, y sociales, como educación, salud y justicia y la recopilación de la actividad registral mercantil, otorgaron parámetros de análisis para la promoción y el fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo regional de la Cámara de Comercio de Facatativá.

Se infiere en que la variable teórica estrategia competitiva según OBS, Business School, (2019), es el plan de la empresa que, orientado al largo plazo, le ayuda a explotar sus fortalezas, desarrollar nuevas capacidades y aprovechar oportunidades para, sortear los riesgos y amenazas existentes, crear una ventaja competitiva sostenible que la ayude a posicionarse en el mercado.

Y la otra variable teórica es el estudio sociodemográfico, del cual el Observatorio Económico Social UNR, 2015, afirma que es aquel que se relaciona y “muestra la situación y evolución social del país y de sus jurisdicciones por medio de un conjunto de indicadores. Incorpora distintos niveles de análisis, alcanzando los mismos a individuos, hogares y familias, grupos poblacionales de interés”, para así lograr caracterizar socio demográficamente la población de un territorio.

## Formulación del problema

¿Cómo influyen las estrategias relacionadas con el estudio socioeconómico de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá en la región?

Las estrategias contribuyen a la promoción y fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

## Sistematización del problema

¿Para qué sirve evaluar los resultados del estudio socioeconómico de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá?

La evaluación de los resultados sirve para verificar que los directivos diagnostican la región y las causas por las cuales se presenta cierto tipo de comportamiento en el registro mercantil de la región, y así poder fortalecer las estrategias y planes de acción que buscan promover la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

¿Por qué se debe diseñar una encuesta y aplicarla a expertos de la cámara de comercio de Facatativá frente al diseño y elaboración de estudios socioeconómicos?

Porque evidencia información primaria y verídica de la forma en la que estudian y analizan la jurisdicción, quienes directa o indirectamente contribuyen en la formulación de la misión y la visión de la Cámara de Comercio mediante el conocimiento de la región donde opera la misma, reflejando el valor que tienen los estudios económicos como una herramienta estratégica que apoya la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

¿Qué efecto tendrá la información documentada en el estudio socioeconómico sobre la competitividad empresarial y el desarrollo regional?

La información documentada tendrá un efecto lineal, es decir, será una base para la toma de decisiones, puesto que la información suministrada en el documento brindará a los directivos de la Cámara una amplia perspectiva del comportamiento de la región respecto de la demografía y los sistemas de educación, salud y justicia como elementos interlocutores para fortalecer el desarrollo regional.

## Marco Teórico

Los estudios socioeconómicos elaborados por las cámaras de comercio en Colombia se consolidan como instrumentos documentales de información confiable, que amplían la perspectiva del entorno jurisdiccional en el tiempo, dado que en su contenido abarcan un conjunto de elementos internos y externos que sintetizan datos recolectados de diversas fuentes tanto primarias como secundarias, cada cámara de comercio del país en sus respectivos estudios fija el objetivo por el cual se elabora el documento; sin embargo, algunos apuntan a un objetivo concreto y es el de ampliar el conocimiento que se tiene de la región y de sus empresarios. Por ello es de vital importancia en el sector empresarial (Ynzunza e Izar, 2011):

*El conocimiento y divulgación de estrategias utilizadas en otras organizaciones que han probado ser exitosas puede contribuir a acelerar el crecimiento de otras empresas que convergen en un ambiente competitivo, en clara desventaja respecto a competidores y grandes empresas que se han instalado en el país (p.172).*



*La selección de políticas y estrategias adecuadas para mejorar la gestión van a depender de un óptimo estudio y análisis de la región circundada como lo menciona Hernández, Martínez, Fernández, Hernández & Destinobles (2014) “Los hacedores de políticas, que cada vez están más descentralizados requieren de información confiable para la toma de decisiones, ya que con ella se evalúan las estrategias establecidas y se dan nuevos lineamientos para la adopción de nuevas políticas” (p. 122)*

Los estudios de otras cámaras de comercio ubicadas por ejemplo en el departamento del Valle, destacan que la importancia de dichos estudios y/o informes radica, en que a partir de su elaboración, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Buga (2018), “se brinda un marco de referencia entorno al comportamiento de los diferentes sectores de la economía de los municipios que hacen parte del área de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Buga” (p.13), así mismo, lo destaca el objetivo del estudio socioeconómico de la Cámara de Comercio de Buenaventura (2018) “ampliar el marco de referencia entorno al comportamiento del territorio, en búsqueda de comprender la economía, las actividades territoriales y empresariales” (p.3).

Una de las cámaras de comercio más importantes de Cundinamarca destaca que a través de su balance de economía de la región ofrece “información y conocimiento sobre los resultados del desempeño de las actividades productivas en la ciudad y la región” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019, pág. 9). De igual modo, la Cámara de Comercio de Facatativá afirma que el objetivo del estudio socioeconómico del 2018 es (Cámara de Comercio de Facatativá, 2019):

*Aportar una herramienta que permita conocer la situación real de la población que hacer parte de la jurisdicción y que igualmente se constituye un instrumento de análisis y ayuda a la solución de debilidades, así como a reforzar las fortalezas de estos municipios a través de las oportunidades (pág. 3).*

Los estudios socioeconómicos han involucrado variables demográficas, de educación, salud y seguridad, que con el tiempo se vuelven indispensables para el crecimiento, desarrollo y competitividad de una región de acuerdo a lo establecido en el balance de la economía de la región Bogotá – Cundinamarca 2018, actualmente, Cundinamarca presenta ciertas limitantes que la rezagan al séptimo puesto en el ranking de competitividad nacional porque sus “mayores retos que tiene, están en los temas de salud, sostenibilidad ambiental, educación superior y capacitación” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019, p. 23), lo que hace que se pierda la capacidad de ser competitivo en un entorno cada vez más cambiante y globalizador.

En las empresas de un territorio para el desarrollo regional las estrategias competitivas se realizan cuando existe (Quero, 2008):

*La ausencia de una gerencia con conocimiento sobre las nuevas tendencias gerenciales y de mercadeo para el desarrollo de estrategias competitivas para el buen manejo y desempeño de las organizaciones entre otros, impulsan de algún modo a las organizaciones incorporarse en un mundo global para ser más productivas, más eficientes y en definitiva más competitivas (p.38).*

En las regiones y en todos los territorios la competitividad habla de un desarrollo

regional, este último conceptualizado como un rasgo básico de integralidad,

*en el sentido que abarca todas las esferas de desarrollo del ser humano: lo político, lo económico, lo social y lo ambiental, Por ejemplo, la retroalimentación entre lo económico y lo social, se pone de manifiesto cuando la salud, educación y saneamiento ambiental resulta en ciudadanos más productivos (Tadeo y Sanabria, 2015, p. 207).*

Como producto, el desarrollo regional se convierte en la causa y la consecuencia de altos niveles de competitividad nacional y contribuye al desenvolvimiento de un proceso transitorio de bajos niveles a altos de vida humana, necesarios para el favorecimiento y crecimiento funcional de las organizaciones. Así:

*Cuando se habla de desarrollo en sentido socioeconómico, implícitamente se asume que este conlleva progreso y bienestar; es decir, la transición de un estatus social, económico y político no deseado a una condición satisfactoria en estos términos. Por lo tanto, consiste en brindar equitativamente a los integrantes de la sociedad oportunidades de realización social (p. ej., educación y salud), económica (p. ej., empleo y patrimonio), política (p. ej., representación y derecho al voto) y de justicia (p. ej., seguridad y protección) (Esqueda, 2018, p.237).*

La estrategia competitiva en la población desde lo social y económico se debe estudiar desde el origen de la estrategia así afirma Tiuzó, (2014), que:

*La palabra estrategia ha estado dando vueltas desde hace mucho. Ahora los managers lo usan con libertad y con afecto. También es considerada la cúspide de la actividad gerencial. Por su parte, ya hace un par de*

*décadas que los académicos la estudian en profundidad, mientras que las escuelas de negocios suelen tenerla como coronamiento final requerido en sus cursos de management estratégico. La palabra estrategia ejerce gran influencia (p.160).*

Las estrategias competitivas se pueden potencializar desde la caracterización de la sociedad en las actividades que se realizan diariamente ya que “las estrategias brindan aperturas a nuevos caminos para establecer una mejor relación con los clientes y ofrecerles un mejor servicio” (Cruz y Bejarano, 2018, p.53). Encontrando en los estudios socioeconómicos como factores de mayor importancia la salud, la educación, la población, la justicia y el registro mercantil de las pymes y grandes empresas.

La Universidad de Cundinamarca (2016), afirma que una de las estrategias principales que generan mayor competitividad es la “Gestión de la cooperación para el desarrollo de la cultura académica, científica y formativa” (p.53). Por ello la realización de alianzas con entidades como las Cámaras de Comercio tiene gran influencia en el desarrollo socioeconómico de un municipio, provincia y región en Colombia en el contexto nacional.

Así las estrategias competitivas que se desarrollan en el territorio se dan gracias a la continua formación y apoyo interinstitucional de las empresas que existen “así, la estrategia buscaría la obtención de mayores rendimientos que de alguna forma se relacionen con la calidad y el mejor aprovechamiento de recursos.”(Noguera, Barbosa y Castro, 2014, p. 154), pudiendo finalmente aprovechar los estudios sociodemográficos para el



fortalecimiento empresarial y territorial con impactos de gran competitividad en el entorno.

## Metodología

El alcance de la investigación es descriptivo y correlacional. Descriptiva porque se seleccionaron un conjunto de variables iguales a indagar de la población jurisdiccional caracterizándolas en función de provincias y municipios, así mismo, se recolectó la información de registro mercantil donde el límite es describir y analizar el comportamiento anual del mismo. La investigación se limita a mostrar el estado actual de las variables sin inferir o explicar qué fenómenos intervienen para que los datos se presenten tal como se recolectaron; y correlacional, ya que pretende conocerse la importancia que tiene el estudio como fuente de información para la cámara de comercio en sí misma.

El corte de la investigación es cuantitativo, se hace uso de la recolección de datos por medio de fuentes primarias y secundarias, sintetizándolos en gráficas estadísticas y posteriormente, analizándolos y para determinar el nivel de importancia que tuvo la elaboración, interpretación y aplicación del estudio en colaboradores directamente relacionados con él y algunas directivas, se elaboró una encuesta.

El diseño, en su I fase es no experimental, dado que los datos recolectados están basados en hechos y prospecciones elaborados por entidades externas. Otros datos se recogieron basados en una actividad ya ejecutada. En su II fase es cuasi experimental, ya que se aplicó encuesta de análisis a expertos y es transversal ya porque permite recolectar los datos del contexto social y registral mercantil en un único punto de tiempo.

**Tabla 1. Metodología de recolección de datos por medio de fuentes primarias y secundarias**

Descripción	Detalle
Recolección de datos	Se hizo revisión de registros electrónicos, se solicitó información vía carta a entidades administrativas del municipio de Facatativá y se diseñó encuesta de aplicación a expertos de estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá
Fuentes	Las fuentes para la elaboración del estudio socioeconómico fueron registros documentados públicos y privados electrónicos, respuesta a solicitud por medio de oficios de entidades como Estación de Policía y Secretaria de Educación de Facatativá y respuestas a encuesta de aplicación
Localización de las fuentes	Las fuentes se localizan en las páginas web oficiales de las siguientes entidades: Departamento Nacional de Planeación (DNP), Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Instituto de Fomento para la Educación Superior (ICFES), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), Ministerio de Justicia y el Sistema Integrado de Información (Sii)

Recolección de datos	A través de datos secundarios recolectados por otros investigadores, fuentes electrónicas primarias de administración cameral y encuesta aplicada a expertos de estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá.
Análisis de datos	Los datos fueron primeramente tabulados en diferentes hojas de la herramienta ofimática Excel; posteriormente, se dividieron en subvariables las variables principales, de las cuales se sacaron promedios. Terminadas las tablas se realizaron las gráficas estadísticas que permitían sintetizar y analizar la información. Así mismo, las respuestas de la encuesta fueron graficadas
VARIABLES	Identificación y sistematización de variables
Aplicación y análisis encuesta	Se aplicó a tres expertos en estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá y posteriormente se realizó la tabulación, graficación y análisis.

Fuente: *Elaboración propia*

El método que se aplicó en la fase I es el de observación indirecta y en equipo en la medida que las fuentes consultadas se obtuvieron por observaciones previamente realizadas por terceros (DNP, DANE, ICFES, MinCIT, MinJusticia), es decir, se recurrió a fuentes electrónicas elaboradas por estas entidades donde por medio de amplias bases de datos e interfaces se recolectaban los datos requeridos para la elaboración del estudio.

Así mismo, se efectuó una observación en equipo, donde cada participante en la elaboración del estudio realizaba diferentes tareas, haciéndose distribución de las fuentes a fin de ampliar el espectro de búsqueda y recolección de datos.

El método que se aplicó en la fase II del proceso fue el método de encuesta a expertos de la organización, mediante el cual, se obtuvo información primaria por parte de los mismos en la elaboración y revisión de los estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá, a fin de obtener respuestas congruentes

y concretas respecto al último estudio realizado y elaborado por la entidad. Se diseñó una encuesta con 10 preguntas estructuradas en función de su respectivo análisis y revisión a modo de retroalimentación evaluativa e investigativa que permite determinar la importancia que dicho estudio tiene para la CCF, qué factores externos a la misma pueden ser indispensables para el cumplimiento de su planeación estratégica y cómo esta información contenida y sintetizada fortalece algunas propuestas de planeación organizacional.

La encuesta fue aplicada por 3 expertos, inherentes a la elaboración y revisión del estudio socioeconómico 2018 de la Cámara de Comercio de Facatativá, la cual fue distribuida físicamente a los encuestados, su análisis se encuentra sintetizado en gráficas estadísticas y análisis de las respuestas obtenidas.

Fase 1 se elabora la encuesta a fin de determinar qué importancia tienen los estudios socioeconómicos para la





Cámara de Comercio de Facatativá, independientemente que sea una obligación delegada por el Gobierno Nacional en el artículo 2.2.2.38.1.4 del Decreto 1074 de 2015, qué relevancia tiene la información en él contenida y para qué sirve su aplicación.

Fase 2 la selección de expertos se hizo en función del cargo que desempeñan en la organización y las funciones que les son delegadas para el cumplimiento de dicho cargo, se contó con la participación del director de la dirección de Promoción y Desarrollo, el Coordinador de Planeación Institucional y la Profesional delegada por Dirección Institucional para el apoyo en la elaboración del estudio.

Fase 3 se diseñó una encuesta con 10 preguntas de las cuales, la pregunta número 1 fue abierta y las restantes fueron preguntas cerradas con opción de múltiple respuesta, a fin de ahondar en aspectos que se tuvieron y aquellos que faltaron profundizar en el estudio, por disposición de tiempo de los encuestados solamente se realizó una ronda de preguntas que permitieron obtener un conocimiento más concreto de los objetivos que se pretendían alcanzar con el instrumento.

Fase 4 para el análisis de las respuestas se aplicaron las herramientas de estadística descriptiva; como la tabulación y el diseño de gráficos que sintetizaban la información recolectada y presentaban el porcentaje de respuestas y número de encuestas respondidas.

## Resultados

### *Análisis de aspectos importantes del estudio socioeconómico para el fortalecimiento empresarial.*

Los resultados presentados a continuación se obtuvieron a través del análisis de aspectos sociodemográficos de la población, educación, salud, justicia y registro mercantil en la realización del estudio sociodemográfico de la Cámara de Comercio de Facatativá del año 2018, destacándose en los resultados aspectos relevantes para el desarrollo regional y competitividad en pro del fortalecimiento empresarial de los 36 municipios de la jurisdicción, siendo 8 de la provincia Sabana de Occidente, 11 de provincia Gualivá, 2 de la provincia del Tequendama, 8 de provincia Rio Negro, 6 de provincia Magdalena Centro y 1 de la provincia Bajo Magdalena.

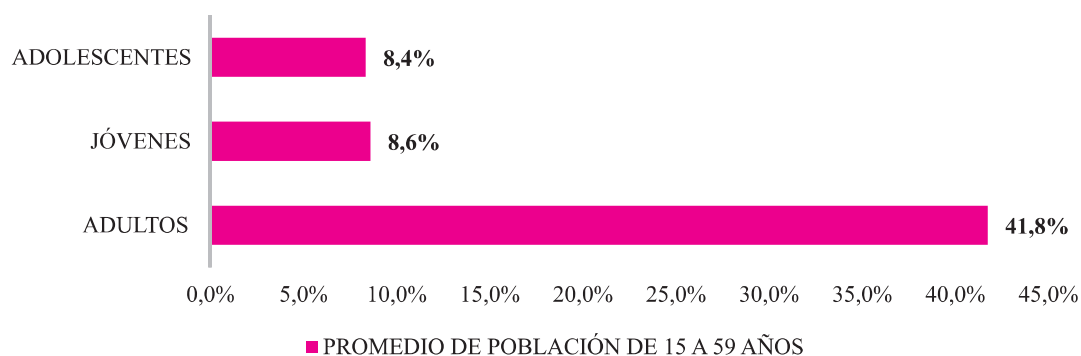
## Población

**Tabla 2. Población jurisdiccional promedio entre los 15 y 59 años**

Provincia	Población			
	adultos	jóvenes	adolescentes	total
Rionegro	41%	9%	8%	57.24%
Sabana de Occidente	45%	9%	9%	62.82%
Tequendama	42%	9%	8%	58.51%
Bajo Magdalena	41%	8%	8%	57.00%
Gualivá	40%	9%	8%	57.05%
Magdalena Centro	42%	9%	9%	59.60%
Total	41.76%	8.60%	8.35%	58.70%

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

**Figura 1. Promedio total de población por rangos de edad.**



Fuente: elaboración propia

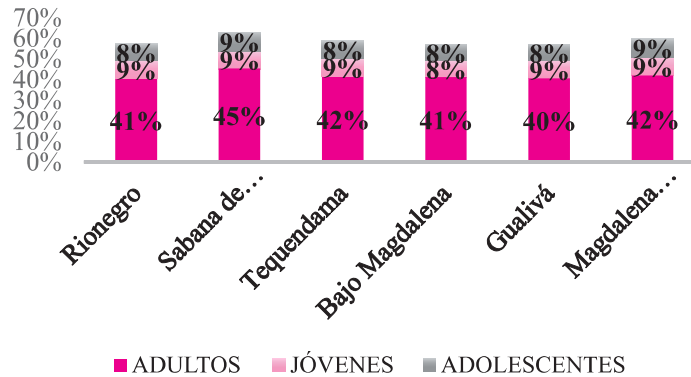
De conformidad con la tabla y las gráficas se considera que aproximadamente el 50 % de la población jurisdiccional de la Cámara de Comercio de Facatativá presentan una de las condiciones básicas, ya sea para conseguir empleo o para emprender una idea de negocio, los requerimientos están ligados directamente con la edad que presentan los habitantes de la región desde los 20 hasta los 59 años. En promedio el 41,5 % y el 41,8 % de la población en consideración, debería estar inmersa profesional u ocupacionalmente en el mercado laboral regional, basados en

los siguientes supuestos; a) alrededor de 291.422 habitantes culminaron los niveles de escolaridad primaria, básica – media e inclusive el universitario (profesional); b) en promedio 348.591 habitantes ya cumplieron la mayoría de edad, por lo tanto pasaron legal, comercial y civilmente a ser individuos independientes con capacidad para firmar contratos, liderar emprendimientos y casarse, poseen capacidad económica desarraigada de la manutención parental que se goza hasta antes de los 18 años de edad.

Se hace mención de los individuos entre los 15 – 19 años de edad (adolescentes) debido a que, en el mediano y largo plazo, en promedio el mercado laboral sumará a ese 50 % de mano de obra ya mencionada, entre un 8 % y 8,3 % de nuevos ofertantes o

de nuevos emprendimientos, pues, dentro del rango se hallan individuos mayores de edad, otros, que en menos de tres años finalizarán sus estudios secundarios y cumplirán la mayoría de edad.

Figura 2. Promedio porcentual de población por edades y por provincias.



Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

En promedio con un 41,8 % la jurisdicción cuenta entre las seis (6) diferentes provincias con un comportamiento demográfico de edad adulta similar, siendo la provincia de Sabana de Occidente la que mayor número de población adulta acumula, seguida de las provincias de Tequendama y Magdalena Centro, en tercer lugar, con promedios iguales, siguen las provincias de Rionegro y Bajo Magdalena, acumulando un número inferior de población adulta la provincia de Gualivá.

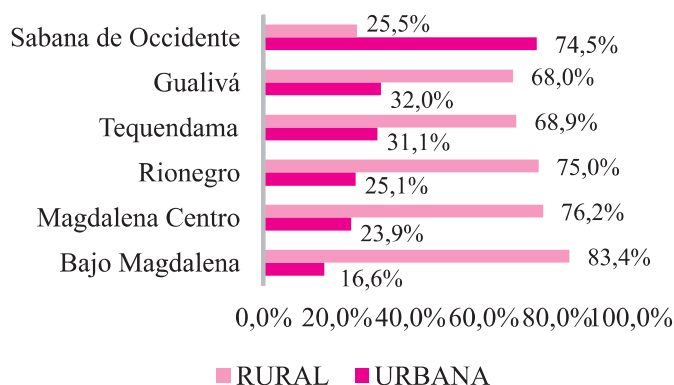
Mientras que la población entre adolescentes y jóvenes suma en promedio un 17 %, las provincias de Sabana de Occidente y Magdalena Centro son las que acumulan mayor cantidad de habitantes entre los 15 a los 24 años, seguidas de las provincias de Rionegro, Tequendama y Gualivá y finalmente la provincia de Bajo Magdalena.

Tabla 3: Promedio porcentual de distribución residencial por provincia

Provincia	Población	
	urbana	rural
Bajo Magdalena	16.6%	83.4%
Magdalena Centro	23.9%	76.2%
Rionegro	25.1%	75.0%
Tequendama	31.1%	68.9%
Gualivá	32.0%	68.0%
Sabana de Occidente	74.5%	25.5%

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 3. Promedio porcentual de distribución residencial por provincia



Así mismo, se analiza la distribución de la población en zonas rurales y urbanas como potencial de localización demográfica. De acuerdo con la gráfica anterior, se infiere que existe una alta concentración de población rural en cinco de las seis provincias que conforman la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá. La provincia del Bajo Magdalena aglomera en promedio más de las  $\frac{3}{4}$  partes de toda su población en áreas rurales, la misma tendencia se presenta en las provincias de Magdalena Centro y Rionegro, en Gualivá y Tequendama, donde la concentración rural sobrepasa en promedio a la mitad de la población total, mientras que la tendencia

se revierte en la provincia de Sabana de Occidente, donde la concentración urbana es en promedio, aproximadamente 3 veces la población rural.

Sin embargo, se precisa que la cantidad de habitantes en el casco urbano en toda la jurisdicción es mayor que la cantidad de habitantes en zonas rurales, debido a que Sabana de Occidente concentra alrededor de 443.850 habitantes, es decir el 64 % de la población total de la jurisdicción, donde solamente la población urbana es en promedio de 330.668 habitantes, cantidad que por sí sola es mayor que la población total sumada de las otras 5 provincias.

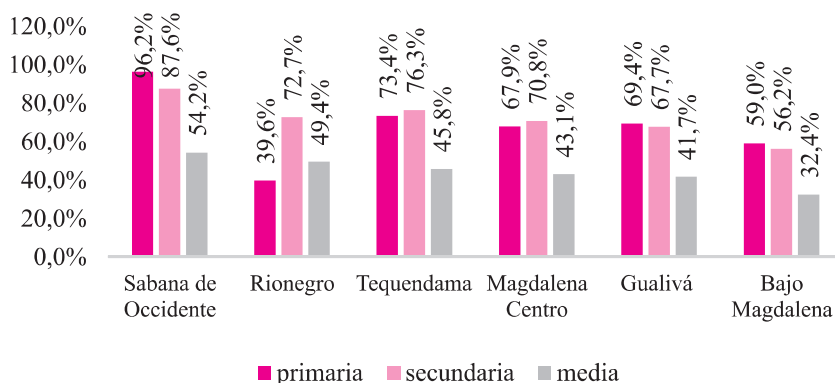
## Educación

Tabla 4. Promedio porcentual de cobertura neta en educación por provincia

Provincia	Cobertura		
	primaria	secundaria	media
Rionegro	39.6%	72.7%	49.4%
Sabana de Occidente	96.2%	87.6%	54.2%
Tequendama	73.4%	76.3%	45.8%
Bajo Magdalena	59.0%	56.2%	32.4%
Gualivá	69.3%	67.7%	41.7%
Magdalena Centro	67.9%	70.8%	43.1%
Total	67.58%	71.87%	44.44%

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 4. Promedio porcentual de cobertura neta en educación por provincia.



Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

De acuerdo con la Gráfica se evidencia que la provincia de Sabana de Occidente es la que mayor cobertura neta en educación presenta para los infantes de 6 a 9 años de edad, seguida de la provincia de Tequendama la cual se encuentra en promedio un 22,75 % por debajo de la cobertura que presenta Sabana de Occidente para primaria, Gualivá y Magdalena Centro presentan coberturas netas similares, mientras que Rionegro evidencia que menos de la mitad de la población infantil entre los 6 y 9 años se encuentra cursando sus grados primarios.

De igual forma, el patrón se repite en Sabana Occidente y la provincia del Tequendama donde la cobertura neta en secundaria es predominantemente alta y más de las  $\frac{3}{4}$  partes de los preadolescentes de estas dos regiones asiste y cursa sus estudios secundarios, mientras que Rionegro revierte la tendencia y se amplía la cobertura de estudiantes entre los 10 y 14 años de edad, Magdalena Centro logra mantener una tendencia creciente de cobertura para este rango de edad, mientras que la provincia de Bajo Magdalena evidencia que un poco más de

la mitad de individuos en esta etapa cursa los grados de sexto a noveno.

Finalmente, la provincia de Sabana de Occidente marca la tendencia en cobertura neta para la educación media, sin embargo, la cobertura es inferior a la que se presenta en los otros grados de escolaridad. Rionegro observa que aproximadamente la mitad de la población adolescente cursa los grados décimo y undécimo, mientras que Tequendama, Magdalena Centro y Gualivá presentan promedios similares cercanos al 50 %, y el Bajo Magdalena infiere que un poco más de la  $\frac{1}{4}$  parte de la población entre los 15 y 19 años de edad cursa los dos últimos cursos del bachillerato.

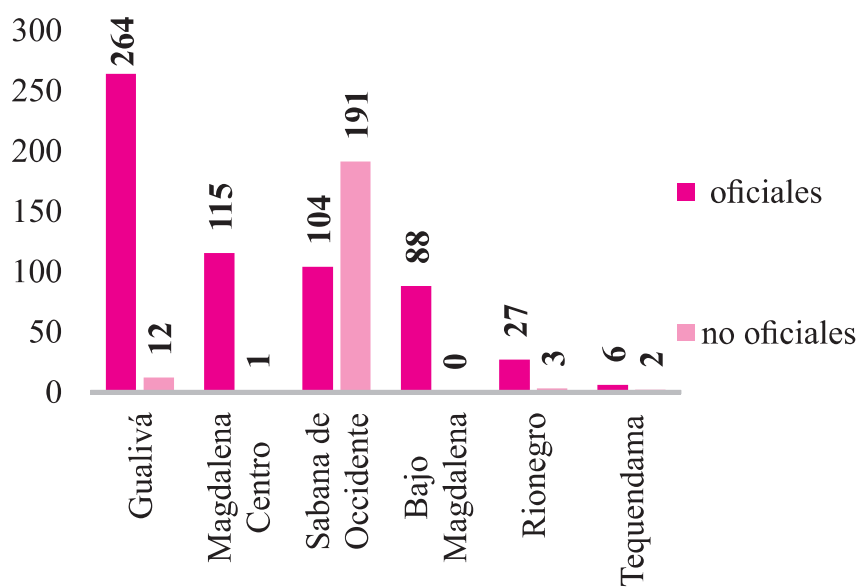
Resulta evidente que la cobertura es amplia entre primaria y secundaria, pero se reduce en promedio entre un 20 % y 30 % en la transición de secundaria a media en toda la jurisdicción, donde en 5 de las seis provincias menos de la mitad de los habitantes entre los 15 y 19 años cursa los grados décimo y undécimo. Siendo Sabana de Occidente y Tequendama las provincias donde más individuos asisten y cursan su etapa escolar primaria y bachiller.

**Tabla 5. Distribución de colegios por provincia**

Provincia	Colegios	
	oficiales	no oficiales
Gualivá	264	12
Magdalena Centro	115	1
Sabana de Occidente	104	191
Bajo Magdalena	88	0
Rionegro	27	3
Tequendama	6	2
Total	604	209

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

**Figura 5. Distribución de colegios por provincia.**



Fuente: elaboración propia

La jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá cuenta con un total de 813 planteles educativos, entre instituciones oficiales y no oficiales, siendo Gualivá la provincia que posee mayor cantidad de colegios oficiales, mientras que la provincia de Sabana de Occidente es la

que más alberga instituciones educativas no oficiales en comparación con las cinco provincias restantes, en tanto que la provincia de Tequendama con la participación de los municipios de Anolaima y Cachipay es la que menos instituciones tiene en la jurisdicción.

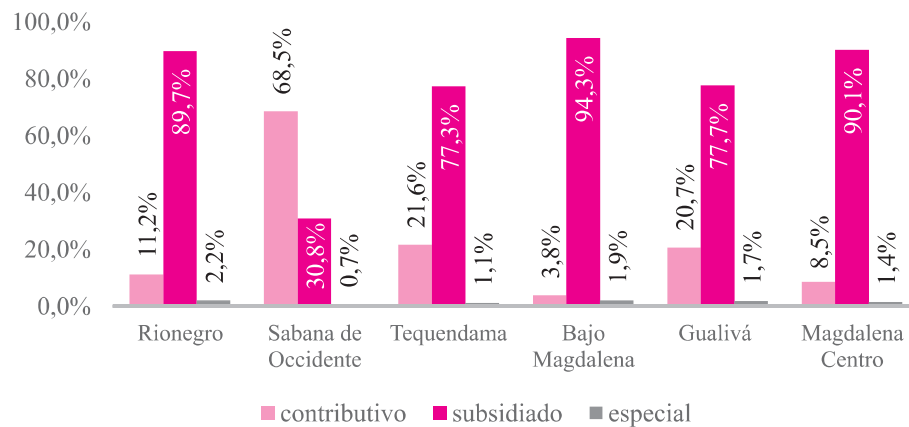
## Salud

**Tabla 6. Distribución promedio porcentual de régimen en salud por provincia**

Provincia	Régimen		
	contributivo	subsidiado	especial
Rionegro	11.2%	89.7%	2.2%
Sabana de Occidente	68.5%	30.8%	0.7%
Tequendama	21.6%	77.3%	1.1%
Bajo Magdalena	3.8%	94.3%	1.9%
Gualivá	20.7%	77.7%	1.7%
Magdalena Centro	8.5%	90.1%	1.4%
Total	22.4%	76.6%	1.5%

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

**Figura 6. Distribución promedio porcentual de régimen en salud por provincia.**



Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

En Colombia, a partir de la ley 100 de 1993 se estableció un Sistema General de Seguridad Social en Salud, el cual cubija a todos los habitantes del territorio nacional independientemente de cualquier factor que incida en la discriminación. Dicho sistema incluye un conjunto de principios, instituciones y participantes que deberán someterse a la presente Ley, una de los conceptos relevantes dentro del sistema son el régimen contributivo y el subsidiado que segregan a la población de acuerdo a unas características distintivas.

De conformidad con la gráfica se infiere que, en las provincias de Bajo Magdalena, Magdalena Centro, Rionegro, Gualivá y Tequendama existe una gran concentración de población afiliada al régimen subsidiado, mientras que en la provincia de Sabana Occidente la tendencia se revierte debido a que más de la mitad de la población provincial se encuentra afiliada al régimen contributivo.

Al analizar los datos contenidos en la gráfica se puede deducir la siguiente información: a) más de las  $\frac{3}{4}$  partes de la población total de las provincias analizadas, excepto Sabana de Occidente no se encuentran vinculadas contractualmente en el mercado laboral y probablemente sus actividades laborales están relacionadas con actividades informales, incluyendo a la población de Sabana de Occidente en promedio 348.704 personas del total de la jurisdicción presentan esta condición; c) esa misma cantidad de personas presentan condiciones de pobreza y vulnerabilidad; d) los ingresos per cápita de esta población son inferiores a los decretados gubernamentalmente; e) de los 443.850 habitantes de Sabana de

Occidente 304.037 personas contribuyen monetariamente al Sistema de Salud ya sea porque cuentan con contratos formales de trabajo, son independientes con capacidad de pago o son pensionados, por ende se concluye que hay una alta concentración de empresas y emprendimientos en la provincia.

Sin embargo, como la cantidad de habitantes en cada provincia varía considerablemente, tan solo la mitad de la población jurisdiccional pertenece al régimen subsidiado mientras que la otra mitad de la población se encuentra afiliada al régimen contributivo, esto debido a la gran concentración de habitantes que existe en la provincia de Sabana de Occidente.

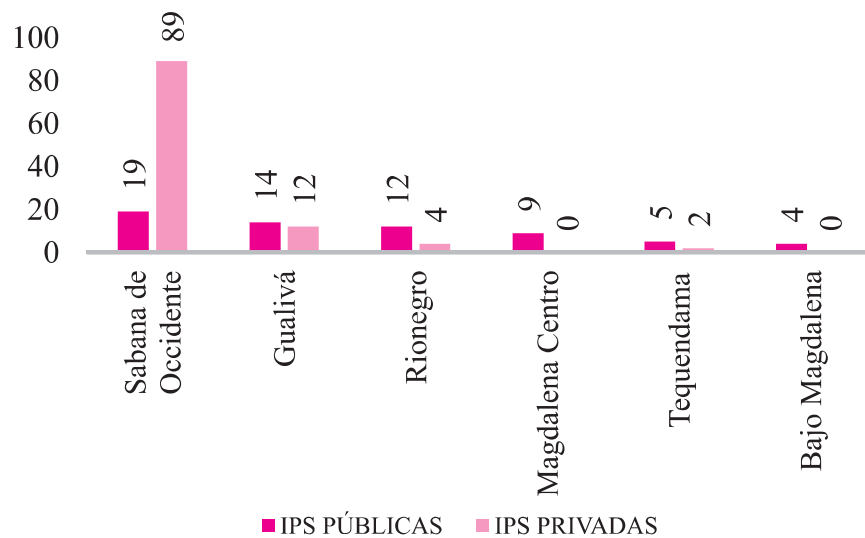
**Tabla 7. Distribución de IPS por provincia**

Provincia	IPS	
	pública	privada
Sabana de Occidente	19	89
Tequendama	5	2
Bajo Magdalena	4	0
Gualivá	14	12
Magdalena Centro	9	0
Rionegro	12	4
Total	63	27

*Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018*



Figura 7. Distribución de IPS por provincia



De acuerdo con la información contenida en la gráfica, se observa que la provincia de Sabana de Occidente es la que mayor cantidad de Instituciones Prestadoras de Salud contiene en comparación con las demás provincias analizadas, mientras que la provincia del Bajo Magdalena se beneficia con una cantidad restringida comparándola con el número de IPS con

las que cuentan las otras cinco provincias, así mismo, se verifica que todas gozan de la participación de IPS públicas, pero no de IPS privadas en la misma proporción, a excepción de Sabana de Occidente que cuenta con una cantidad 5 veces superior a la presencia de IPS públicas y de Gualivá donde la presencia de ambas es equiparable.

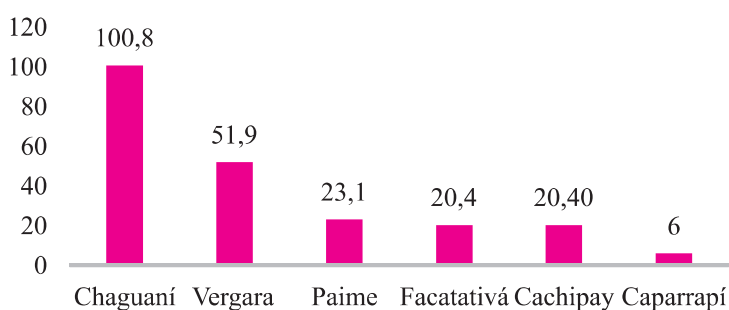
## Justicia

Tabla 8. Municipios por provincia con tasa de homicidios más alta

Provincia	municipio	tasa
Magdalena Centro	Chaguaní	100,8
Gualivá	Vergara	51,9
Rionegro	Paime	23,1
Sabana de Occidente	Facatativá	20,4
Tequendama	Cachipay	20,4
Bajo Magdalena	Caparrapí	6

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 8. Municipios por provincia con tasa de homicidios más alta



Chaguaní es el municipio donde más se presentan homicidios por cada 100.000 habitantes siendo esta tasa 1,94 veces aproximadamente la que se presenta en

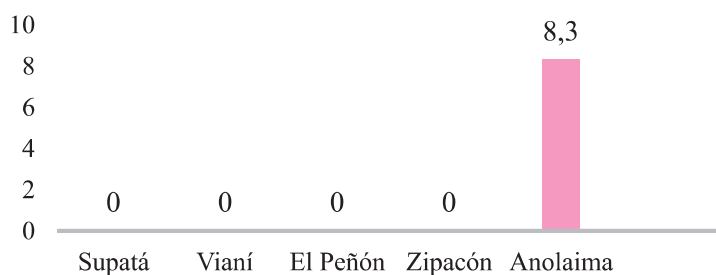
Vergara, 4,3 veces la de Paime, 5 veces la de Facatativá y Cachipay y 17 veces la que se presenta en Cachipay.

Tabla 9. Municipios por provincia con tasa de homicidios más baja

Provincia	municipio	tasa
Gualivá	Supatá	0
Magdalena Centro	Vianí	0
Rionegro	El Peñón	0
Sabana de Occidente	Zipacón	0
Tequendama	Anolaima	8,3

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 9. Municipios por provincia con tasa de homicidios más baja



Anolaima a pesar de ser uno de los municipios con las tasas de homicidios más bajas por cada 100.000 habitantes

en comparación con los municipios que se observan en la gráfica presenta una tasa alta pues los demás presentan tasas nulas.

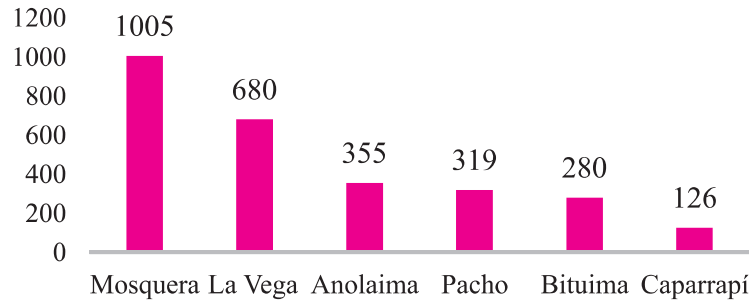
Tabla 10. Municipios por provincia con tasa de hurtos más alta

Provincia	municipio	tasa
Sabana de Occidente	Mosquera	1005
Gualivá	La Vega	680

Tequendama	Anolaima	355
Rionegro	Pacho	319
Magdalena Centro	Bituima	280
Bajo Magdalena	Caparrapí	126

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 10. Municipios por provincia con tasa de hurtos más alta



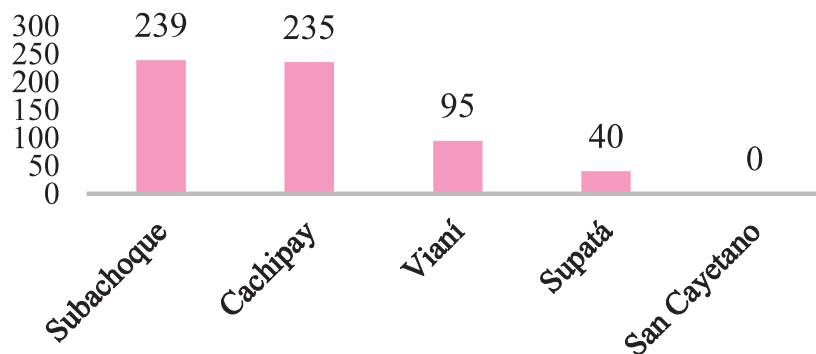
Mosquera es el municipio donde más se presentan hurtos por cada 100.000 habitantes siendo esta tasa 1,47 veces la que se presenta en La Vega, 2,8 veces la de Anolaima, 3,15 veces la de Pacho y 7,9 veces la que se presenta en Caparrapí.

Tabla 11. Municipios por provincia con tasa de hurtos más baja

Provincia	municipio	tasa
Sabana de Occidente	Subachoque	239
Tequendama	Cachipay	235
Magdalena Centro	Vianí	95
Gualivá	Supatá	40
Rionegro	San Cayetano	0

Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 11. Municipios por provincia con tasa de hurtos más baja

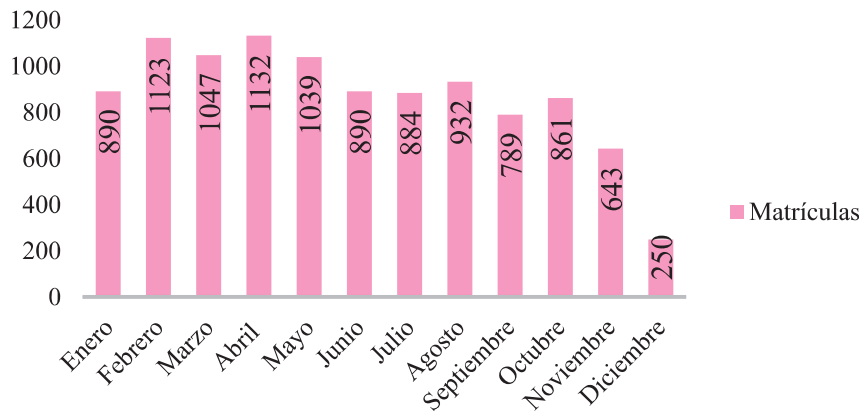


Subachoque y Cachipay en promedio presentan tasas de hurtos similares (237) por cada 100.000 habitantes siendo esta 2,4 veces mayor que la de Vianí y 5,9 veces mayor que la de Supatá, sin embargo, por cada provincia son los municipios con menores tasas de hurto.

Supatá y Vianí respecto a tasas de homicidios y de hurtos por cada 100.000 son los únicos municipios donde ambas tasas son bajas respecto de los demás municipios analizados.

## Registro mercantil

Figura 12. Nuevos registros mercantiles por mes

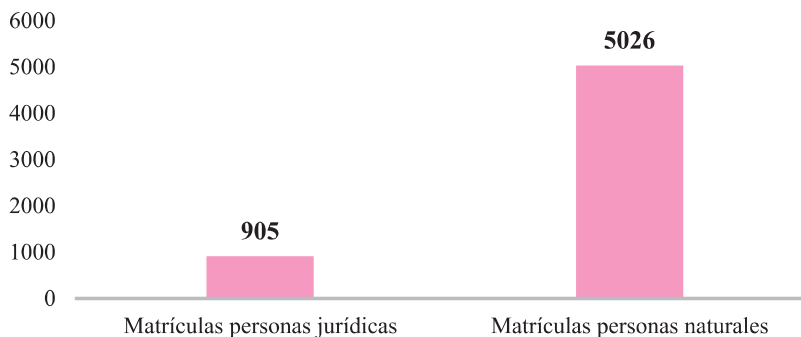


Fuente: elaboración propia. Tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Durante el año 2018 la Cámara de Comercio de Facatativá registro un total de 10.500 nuevos registros mercantiles, siendo los meses de febrero a mayo los de cantidad de registro superior al de los demás en comparación, dado que la tendencia excede los 1.000 registros por mes, mientras que

esta empieza a variar en promedio en 874 registros de junio a septiembre y así disminuye progresivamente por debajo de los 900 registros en los meses de octubre, noviembre y diciembre, obteniendo en promedio una variación trimestral de -0,49 % respecto al tercer trimestre del año.

Figura 13. Matrículas por tipo de persona.

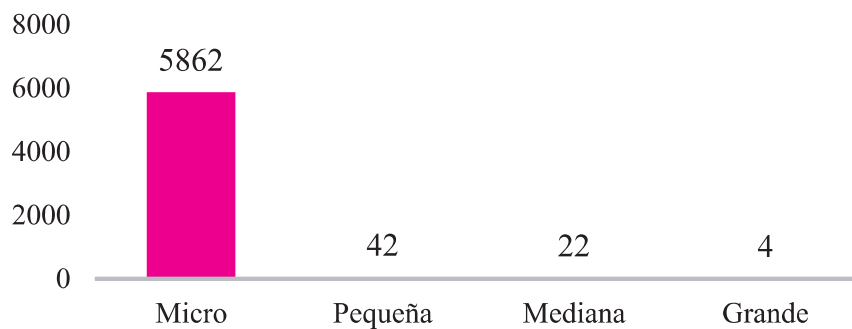


Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

A lo largo del año 2018, la Cámara de Comercio de Facatativá, registro a 5.026 nuevas personas naturales en su base de datos, cuyos registros representaron el 47,9% del total de nuevos registros mercantiles durante ese año, pero existió una tendencia de registro diferente en

personas jurídicas ya que solo se reportó el nuevo registro de 905 unidades económicas de tipo jurídico, quienes únicamente participaron en un 8,6 % del total del 2018, así las matrículas nuevas para personas naturales superan en 5,5 veces a las de personas jurídicas.

Figura 14. Nuevos registros mercantiles por tamaño de empresa.



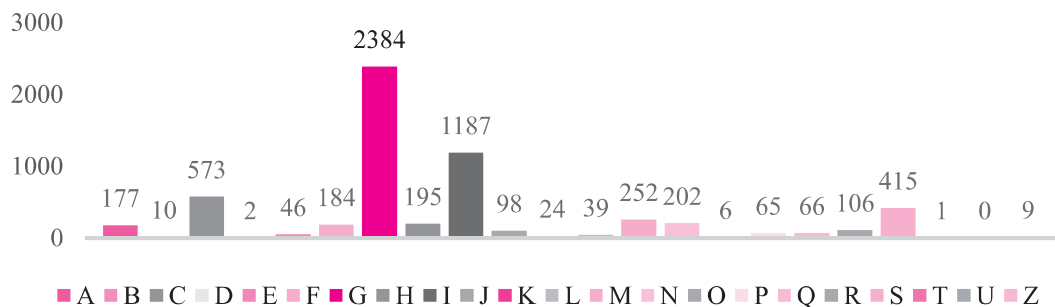
Fuente: elaboración propia, tomado y adaptado de Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Así mismo, la Cámara de Comercio de Facatativá, registro 5.931 unidades económicas en función del tamaño de acuerdo con los activos de cada una de ellas, donde las microempresas fueron las protagonistas, pues de los 10.500 nuevos registros estas participaron en un 55,8 %, es decir más de la mitad del nuevo registro de

la Cámara lo lideró este tipo de empresas, mientras que el nuevo registro de las pequeñas, medianas y grandes empresas respecto del de las microempresas fue casi nulo ya que sus participaciones registrales fueron tan solo de 0,4 %, 0,2 % y 0,03 % respectivamente.



Figura 15. Nuevos registros mercantiles por actividad económica.



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

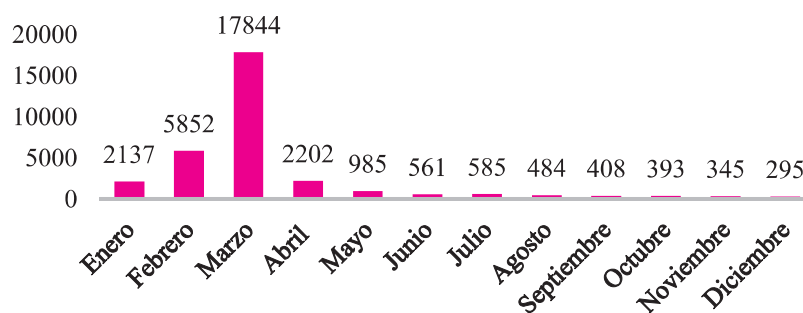
La Cámara de Comercio de Facatativá durante el año 2018 reportó 6.041 registros

nuevos en función de las actividades económicas discriminadas en el código

CIIU entre diferentes tipos de personas y empresas, donde el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas (G) es la actividad económica de mayor relevancia en la jurisdicción participando en un 22,7 % del total del registro mercantil y en un 39,46 % en el registro de acuerdo con la actividad, seguida de las actividades de alojamiento y servicios de comida (I) y las industrias manufactureras (C) las cuales

participan en un 11,3 % y 5,45 % en el total del nuevo registro mercantil, mientras que actividades como organizaciones y entidades extraterritoriales (U), hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio (T) y suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (D) participaron del nuevo registro total entre un 0 % y 0,01 %.

Figura 16. Renovación por meses de registro mercantil.



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Durante el año 2018, la Cámara reportó una renovación de 32.091 registros mercantiles, observándose, que fue en marzo donde mayor cantidad de renovaciones se hicieron, con una participación del 55,6 %, es decir más de la mitad se hicieron en dicho mes y principalmente en el primer cuatrimestre del año, mientras que la tendencia de renovación de matrícula mercantil se redujo progresivamente entre los meses de mayo a diciembre.

## Encuesta aplicada expertos de la organización.

Pregunta	Análisis
1. ¿Cuál es la importancia que tiene para las Cámaras de Comercio al elaborar estudios socioeconómicos independientemente, como función delegada por el Gobierno Nacional en el artículo 222.2.38.1.4 del Decreto 1074 de 2015?	de acuerdo a la muestra analizada considera que los estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá más que una obligación gubernamental, son instrumentos importantes que les permiten recrear proyectos, programas, actividades y estrategias que contribuyan al desarrollo social y económico de la región del noroccidente cundinamarqués. Así mismo se considera la aplicación de los resultados de forma que se amplíe la cobertura de la CCF en cuanto a vocación de su demografía.

---

2. De acuerdo con el estudio socioeconómico cameral 2018, su análisis y revisión ¿Cuál o cuáles de los cuadrantes de la matriz DOFA señalaría como figuras principales en el contexto de la jurisdicción?

El 100% de la muestra encuestada considera que el panorama descrito en el estudio socioeconómico evidencia oportunidades para la Cámara de Comercio de Facatativa; sin embargo, un 33% considera, no solamente se presentan oportunidades en la región en función de variables como la población, la educación, la salud y la justicia, si no que de conformidad con los resultados de gestión también se hallan fortalezas en la Cámara de Comercio de Facatativá.

---

3. De acuerdo con su experiencia, ¿los estudios socioeconómicos elaborados, analizados y revisados por usted como Cámara de Comercio contribuyen a la orientación y fortalecimiento de la región?

El 67% considera en función de su experiencia, que los estudios socioeconómicos contribuyen a orientar y fortalecer las estrategias que se ejecutarán para el debido cumplimiento de la planeación estratégica de la Cámara de Comercio de Facatativá en un periodo de cuatro años, mientras, que la tercera parte piensa que la información recolectada y analizada en los mismos contribuye al mejoramiento de las políticas organizacionales de la misma entidad.

---

4. De conformidad con su experiencia, en la elaboración, análisis y revisión de los estudios socioeconómicos camerales ¿qué objetivos organizacionales se ven impactados positivamente?

El 67% considera, de conformidad con su experiencia, que los objetivos organizacionales que se ven afectados positivamente son los cuatro objetivos estratégicos [OE] centrales que se definieron en el Plan Estratégico 2017 – 2021, los cuales dirigen las cuatro principales perspectivas del Cuadro de Mando Integral, involucrando las siguientes declaraciones esperadas a largo plazo:

“[OE – 01] “Estamos motivados y alineados a la organización, somos capaces y contamos con las herramientas tecnológicas adecuadas” (Cámara de Comercio de Facatativá, s.f.)

“[OE – 02] “Nuestros procesos se implementan con excelencia e impulsan la estrategia de la CCF” (Cámara de Comercio de Facatativá, s.f.)

“[OE – 03] “Prestamos soluciones integrales, oportunas e innovadoras que se ajustan a las necesidades de nuestros clientes” (Cámara de Comercio de Facatativá, s.f.)

“[OE – 04] “Incrementamos nuestros ingresos en forma sostenible” (Cámara de Comercio de Facatativá, s.f.)

Mientras que el 33% en función de su experiencia cree que el proceso de elaboración, análisis y revisión del estudio socioeconómico afectaran positivamente los objetivos tácticos externos, los cuales orientan las perspectivas de procesos internos y del cliente en el corto y mediano plazo.



5. ¿Qué clase de estrategias puede formular con base en la información que le otorga el estudio socioeconómico 2018 de la Cámara de Comercio de Facatativá para el fortalecimiento de competitividad empresarial y el desarrollo regional?
- De acuerdo con el estudio, el 100% considera que la estrategia que conviene aplicar para apoyar el fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo regional es una estrategia centrada en la población rural y las posibles actividades agrícolas y agroindustriales que este tipo de población podría llevar a cabo en el corto, mediano y largo plazo con ayuda de la CCF e instituciones de apoyo.

6. Para una efectiva gestión del plan estratégico de la Cámara de Comercio y la creación de un entorno óptimo y propicio para el emprendimiento y los negocios, de acuerdo con el estudio socioeconómico cameral 2018 ¿cuál de las siguientes variables considera relevantes para el cometido de estos propósitos?
- Un tercio de la muestra, revela que para la creación de un entorno óptimo y propicio para los negocios y el emprendimiento una variable relevante es la de educación, en cuanto a sus niveles de cobertura neta en los grados escolares y la cantidad de plantas educativas oficiales y privadas que se encuentran distribuidas en la jurisdicción donde se albergan aproximadamente 800 instituciones, lo cual en conjunto determina un porcentaje de la preparación y cualificación de mano de obra en la región.
- Mientras que el 67% de la muestra considera la demografía jurisdiccional como una variable relevante para el cumplimiento de los propósitos, en la medida que se conozca la cantidad de habitantes de acuerdo con su edad y el área de residencia en cualquiera de los municipios pertenecientes a la región.

7. Para el análisis integral del crecimiento empresarial de su jurisdicción ¿a cuál o cuáles de las siguientes variables atribuye una participación relativa de acuerdo con los resultados del estudio socioeconómico cameral 2018?
- Para analizar el crecimiento empresarial en la jurisdicción en función de variables externas a las organizaciones, un tercio de la muestra encuestada destaca la cobertura en educación como una variable importante para tener en cuenta, otro 33% considera que estimar la población por cohortes de edad es necesario para inferir este comportamiento. Sin embargo, el 67% señala que deben analizarse otras variables o indicadores tales como la cantidad de emprendimientos regionales sobre la cantidad de graduados profesionalmente y el número total de registros mercantiles de acuerdo con las actividades económicas.

8. El estudio socioeconómico cameral 2018 evidenció un incremento registral mayor por parte de las microempresas, que por cualquier tipo de empresas en función de su tamaño. ¿Cuál (es) de las siguientes variables externas considera que son las responsables de este comportamiento?
- Se evidencia que el total de la muestra encuestada considera que el creciente porcentaje de microempresas en la región, está ligado al área de residencia de la población sea en zona rural o urbana, esta última mayor que la rural, mientras que el 33% considera otras variables macroeconómicas como el desempleo y los ingresos de los individuos en función del mercado laboral como estímulos para el creciente registro de este tipo de empresas.



9. De conformidad con el análisis y revisión del estudio socioeconómico ¿con cuál o cuáles de las siguientes instituciones asume, deben crearse alianzas como estrategia para el desarrollo regional y la competitividad empresarial?
- La mitad de la muestra encuestada considera se deben crear alianzas con instituciones educativas oficiales y privadas (colegios), no obstante, el 100% de la muestra encuestada considera deberían crearse alianzas con instituciones como Alcaldías (22%), Gobernaciones, entidades del sector privado, Departamento Nacional de planeación, el Departamento Administrativo del Medio Ambiente y el IDU todas con una ponderación del 11%.
10. La Cámara de Comercio es uno de los ejes articuladores del desarrollo regional y la competitividad empresarial entre el Estado y la población, dicho esto ¿Qué rubros del presupuesto municipal ha analizado y tomado en cuenta para una efectiva operación, como entidad delegada para el cumplimiento de este mandato gubernamental?
- El 67% de la muestra encuestada señala el rubro de infraestructura ha sido analizado y tomado en cuenta para desempeñar el papel de intermediario en emprendimiento, competitividad y desarrollo entre la población y el Estado, mientras que el 33% señala que se han analizado los otros dos rubros (educación y salud).

---

Fuente: Elaboración propia de los autores

## Conclusiones

Las estrategias que se generan para el desarrollo regional con base en los datos obtenidos en estudios socioeconómicos elaborados internamente en la Cámara de Comercio de Facatativá, se gestionan gracias a que éstos se convierten en insumo y herramienta que permite la creación de proyectos y sus respectivos programas, actividades y estrategias, mediante la aplicación de los resultados obtenidos en los mismos, de tal manera que se logra ampliar la cobertura que tiene esta entidad en la jurisdicción del noroccidente cundinamarqués. La estrategia contundente a la que le apuntaría la Cámara de Comercio de Facatativá para la contribución relativa a la promoción y el fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo regional en el futuro próximo,

es la de articular a la población rural con emprendimientos y con el apoyo de instituciones para el fomento de la actividad agrícola y agroindustrial dadas las condiciones de localización activa de la población en zonas rurales en cinco de las seis provincias que circunscriben la jurisdicción.

La evaluación de los resultados del estudio revela a los expertos en la elaboración, análisis y revisión que de acuerdo con la caracterización demográfica y social que se expone en el estudio socioeconómico 2018, la Cámara de Comercio de Facatativá diagnostica oportunidades en el contexto de la jurisdicción para la ejecución y cumplimiento de la promoción y fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo regional en la jurisdicción de los municipios de la cobertura.



El diseño y aplicación de una encuesta estructurada a expertos de la cámara de comercio de Facatativá, validó la importancia de los estudios socioeconómicos como herramientas de planeación estratégica para el desarrollo y competitividad de los municipios en pro de la potencialización empresarial, social, cultural y productiva de la región.

La información documentada a través del estudio socioeconómico tuvo impacto directo sobre los objetivos estratégicos [OE] contenidos en el Plan Estratégico 2017-2021 de la Cámara de Comercio de Facatativá, los cuales se verán afectados positivamente por los resultados obtenidos en el estudio socioeconómico 2018, mediante la orientación y fortalecimiento de las estrategias organizacionales que se ejecutarán en el periodo restante hasta el 2021.

La información que se evidencia en el documento permite apreciar el total de la población de la jurisdicción y su ubicación geográfica tomadas como variables claves que le permitirán a la Cámara de Comercio de Facatativá enfocar esfuerzos para el desarrollo de un entorno de negocios y emprendimiento, de manera que se tenga conocimiento de cuántas personas se verán beneficiadas con el cumplimiento de la misión y la visión de la organización. La educación, es también una variable importante que permite fortalecer las estrategias de la Cámara de Comercio en la medida que se cuenta con la presencia de más de 800 instituciones educativas en la jurisdicción con las cuales se podrían establecer alianzas que promuevan el emprendimiento en la población adolescente de la región fortaleciendo el desarrollo regional y la competitividad empresarial.

## Referencias

Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). Cámara de Comercio de Bogotá Centro de Información Empresarial (CIEB). recuperado el 26 de marzo de 2019 de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/22918/31012019%20Balance%20Economía%20Bogotana%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cámara de Comercio de Buenaventura. (2018). Cámara de Comercio de Buenaventura impulsando el crecimiento empresarial y territorial. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de [https://www.ccbun.org/images/multimedia/20190131\\_estudio\\_socioeconomico\\_del\\_distrito\\_de\\_buenaventura\\_2018.pdf](https://www.ccbun.org/images/multimedia/20190131_estudio_socioeconomico_del_distrito_de_buenaventura_2018.pdf)

Cámara de Comercio de Buga. (2018). Cámara de Comercio de Buga impulsando el progreso. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de [https://www.ccbuga.org.co/sites/default/files/descargas/2018/Informe%20Economico%20de%20la%20Zona/INFORME\\_ECONOMICO\\_DE\\_LA\\_ZONA\\_BUGA\\_Y\\_JURISD.pdf](https://www.ccbuga.org.co/sites/default/files/descargas/2018/Informe%20Economico%20de%20la%20Zona/INFORME_ECONOMICO_DE_LA_ZONA_BUGA_Y_JURISD.pdf)

Cámara de Comercio de Facatativá. (2019). recuperado el 26 de marzo de 2019 de <http://ccfacatativa.org.co/wp-content/uploads/2019/01/Estudiosocioeconomico-1.pdf>

Cámara de Comercio de Facatativá. (s.f.). Plan Estratégico 2017-2021. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://ccfacatativa.org.co/wp-content/uploads/2017/09/Plan-Estrategico-2017.pdf>

Cruz, F. y Bejarano, D., (2018), "Estrategias de mercadeo implementadas para la competitividad empresarial de unidades



- productivas agropecuarias del SENA Soacha” En: Colombia. 2018. p.49 - 58 v.2, Revista SIEMBRA CBA. ISSN: 2590-7948, SENA, recuperado el 4 de mayo de 2019 de <http://revistas.sena.edu.co/index.php/Revsiembracba/article/view/1879/1986>
- Esqueda, R. (2018). Disparidades en el desarrollo regional de Tamaulipas, México. *Revista de economía institucional*, 20 (38), 236 - 262. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de doi: <https://doi.org/10.18601/01245996.v20n38.10>.
- Hernández, J., Martínez, J., Fernández, A., Hernández, J. & Destinobles, A., (2014). Caracterización económica, social y territorial de la región sur del Estado de Chihuahua. En Contreras, D., Mendoza, P. & Ramírez, A (directores), *Ciencias Administrativas y Sociales Handbook T-IV* (p.122), México: ECORFAN. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4853171>
- Noguera, Á., Barbosa D. y Castro, G., (2014), Estrategia organizacional: una propuesta de estudio, DOI: 10.1016/j.estger.2014.04.004, Vol. 30. Núm. 131. Abril - Junio 2014, recuperado el 27 de marzo de 2019 de <http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-pdf-S0123592314001144>
- OBS, Business School, (2019), Estrategia competitiva: definición, tipos y planteamiento, <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/mba/estrategia-competitiva-definicion-tipos-y-planteamiento>
- Observatorio económico Social UNR, (2015), Indicadores Sociodemográficos. Recuperado el 27 de marzo de 2019 de <http://www.observatorio.unr.edu.ar/indicadores-sociodemograficos/>
- Quero, L., (2008), ESTRATEGIAS COMPETITIVAS: FACTOR CLAVE DE DESARROLLO, Revista Científica Electrónica Ciencias Gerenciales/Scientific-journal of Management Science, PPX 200502ZU1950 / ISSN1856-1810 / [www.revistanegotium.org.ve](http://www.revistanegotium.org.ve) 10 (4) 2008; 36-49 [ R: 2007-12 / A: 2008-03] , recuperado el 27 de marzo de 2019 de <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/10/Art3.pdf>
- Tadeo, H., & Sanabria, A. (2015). Tabula Rasa. *La otra cara del desarrollo regional sostenible*, (23). 205 - 217. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/396/39643561010/index.html>
- Tiuzó, S.C., (2014), Generación de ventaja competitiva a través del diseño de estrategias para la integración de los actores del sector turístico en la provincia de sugamuxi, In *Vestigium Ire*. Vol. 8 PP. 158-79, recuperado el 04 de mayo de 2019 de <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1007/1019>
- Universidad de Cundinamarca, 2016, PLAN ESTRATÉGICO 2016 - 2026, recuperado el 4 de mayo de 2019 de <https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/planeacion/disonando-la-u-que-queremos.pdf>
- Ynzunza C., e Izar J., (2011), Efecto de las estrategias competitivas y los recursos y capacidades orientados al mercado sobre el crecimiento de las organizaciones, DOI: 10.1016/S0186-1042(13)71202-6, Vol. 58. Núm.1.Enero-Marzo 2013, recuperado el 27 de marzo de 2019 de <http://www.elsevier.es/es-revista-contaduria-administracion-87-pdf-S0186104213712026>

