

INDUSTRIA, REGIÓN Y COMPETITIVIDAD*

Maryury Jacklim Cabrera Castaño **

Tutor:
Samuel López Castaño

INDUSTRY, REGION AND COMPETITIVENESS

SÍNTESIS

La industria textil ha sido históricamente uno de los sectores económicos más protegidos por su alto impacto en la generación de empleos, por consiguiente la investigación pretende el conocimiento cifrado en el sector industrial textil, a través de los muchos años de su ejercicio, como es el caso de la empresa textil OMNES localizada en el municipio de Dosquebradas, observando así tendencias importantes en cuanto a su producción y comercialización a nivel mundial.

Esta investigación proporciona herramientas conceptuales y metodológicas al estudiante en su formación como administrador de empresas. Es pertinente en la medida en que brinda nuevas formas de entendimiento de aquellos hechos sociales que desde la observación, la descripción y la interpretación, permiten conocer las dinámicas de las organizaciones empresariales.

Descriptoros:

Innovación tecnológica, productividad, rentabilidad, equidad, sostenibilidad, industria, región, competitividad, globalización, estrategias.

ABSTRACT

The textile industry has historically been one of the most protected economic sectors for its high impact on job creation. This article seeks to illustrate, through an assessment of the operation over several years of a textile company, OMNES, located in Dosquebradas, how companies in the region implement their production and distribution processes.

This research provides conceptual and methodological tools in order to open up new ways of understanding how social facts affect the dynamic of business organizations.

Descriptors:

technological innovation, productivity, profitability, equity, sustainability, industry, region, competitiveness, globalization and strategies.

* El artículo es una investigación terminada del semillero de investigación inscrito al grupo de investigación Desarrollo Empresarial de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, presentada y aprobada en el IV Encuentro Regional de Semilleros de Investigación Nodo Eje Cafetero, Norte del Valle y Chocó

** Estudiante de IV semestre del programa de Administración de Empresas

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto Identificar cuáles son las principales ventajas competitivas que tiene la localización de textiles OMNES en Dosquebradas, observando su participación en los mercados tanto regionales, nacionales e internacionales; involucrando innovación tecnológica, productividad, rentabilidad, equidad y sostenibilidad, entre otros.

La industria de textiles y confecciones ha sido un factor determinante en el desarrollo industrial del país, aportando empleo, ingresos por exportaciones y crecimiento económico. Indudablemente, la importancia y tamaño del sector es trascendente en la economía del país: más de 10.000 establecimientos en el ámbito nacional se dedican a alguna de las actividades relacionadas con el sector. De allí se desprende la importancia de esta investigación, tanto para los estudiantes de Administración de Empresas como para el Programa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Se parte de la pregunta general ¿Cuáles son las principales ventajas competitivas que tiene la localización de textiles OMNES?

Esta investigación proporciona herramientas conceptuales y metodológicas al estudiante en su formación como administrador de empresas. Es pertinente en la medida en que brinda nuevas formas de entendimiento de aquellos hechos sociales que desde la observación, la descripción y la interpretación, permiten conocer las dinámicas de las organizaciones empresariales. El proceso de investigación sirve para confrontar la realidad con la teoría de la administración, poner en evidencia los procesos que se dan en

la vida práctica cuando se estudia la realidad del sector industrial. Se abordan las lógicas que tienen que ver con la manera en que se analizan los estudios sectoriales de las empresas, recalcando la importancia de aprender y entender las fortalezas y debilidades de la economía local, para así ser capaces de enfrentar un mundo globalizado en constante cambio.

En este caso, estudiar el sector empresarial de los textiles y las confecciones, implica hacer un abordaje a directivos y funcionarios en cuanto a la realidad industrial que viven y las incertidumbres que manejan frente a las contingencias económicas, naturales, sociales y gubernamentales.

Esta investigación pretende el conocimiento de un sector industrial textil del municipio de Dosquebradas, a través de los muchos años de su ejercicio, como es el caso de la industria TEXTILES OMNES.

Todo lo anterior para subrayar la importancia de la investigación y el aprendizaje desde el contexto organizacional real, donde el profesional es capaz de afrontar los diversos desafíos de la globalización, con el fin de identificar el proceso administrativo en relación con el entorno: territorio, macroeconomía y estrategias.

OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar las principales ventajas competitivas que tiene la localización de Textiles OMNES.

Objetivos Específicos

- Describir el proceso histórico de la empresa textiles OMNES en Dosquebradas.



- identificar los factores que han permitido a Textiles OMNES permanecer en el mercado.
- Identificar cuál es el comportamiento de la estructura de costos de la empresa Textiles OMNES en el municipio de Dosquebradas
- Caracterizar las políticas económicas que han permitido el desarrollo de la industria textil en el ámbito nacional y regional.

REFERENTE TEÓRICO

La globalización ha sido definida como "un proceso social en el que las restricciones de la geografía en los arreglos social y cultural se desvanecen, y mediante el cual la gente va concientizándose de tal desvanecimiento" (Waters, 1996, p. 25). Así, la globalización se reproduce en tres esferas determinantes de la dinámica social: la económica -los intercambios materiales localizan-, la política -los intercambios políticos internacionalizan- y la cultural -los intercambios simbólicos globalizan-. De manera que la globalización es un proceso de integración mundial que está ocurriendo en los sectores de comunicaciones, economía, finanzas y en los negocios.

Por su amplitud y velocidad, este fenómeno está afectando profundamente individuos, empresas y naciones, ya que altera los fundamentos sobre los cuales se organizó la economía mundial en los últimos cincuenta años (Bassi, 2003), debido a que "el aumento la competitividad internacional por los mercados impuso nuevos niveles de desempeño productivo, tecnológico y mercadológico a las empresas que pretenden alcanzar un nivel de competitividad global" (2003. p. 47). Es así cómo la

globalización le impone a la empresa ciertos modelos administrativos, exigiendo de tal manera un continuo cambio para su supervivencia, dichas transformaciones obligan a las empresas a tomar nuevas medidas de actualización que les permitan mantenerse en el mercado.

Los aportes en torno a la economía internacional tradicional, analizados desde los planteamientos de autores de la década de 1980, consideran que el tipo de actividad económica que realiza un país y su carácter de exclusividad doméstica, debe decidirse de acuerdo con la disponibilidad y abundancia que se tenga de los tres factores de producción (tierra, trabajo y capital), de su desarrollo tecnológico y de la necesidad de establecer relaciones comerciales con otros países. (Ramos, 2001)

Para comenzar, una organización se define como "una entidad social conformada por partes interrelacionadas que busca desarrollarse frente al entorno, para alcanzar ciertos resultados" (Mendoza, 2002, p. 32). Así pues, el entorno juega un papel decisivo para la empresa, por cuanto facilita o dificulta su acción a través del aporte o negación de insumos y la compensación correlativa del logro de resultados. (2001, p. 15)

En este sentido, las empresas y las organizaciones necesitan ser administradas, es decir, orientadas mediante el uso racional de sus recursos para el logro de sus objetivos. El administrador de empresas actúa sobre el proceso administrativo, el cual es la cara dinámica de las organizaciones. (López, 2008, p. 2)

El administrador, dentro de sus funciones administrativas, se encuentra frente al dilema de elegir. Tal como lo mencionan varios

autores: el management tiene en sus manos la oportunidad de planear, las tareas específicas incluyen hacer pronósticos, establecer objetivos, diseñar estrategias, elaborar políticas; esa unidad establece metas o prioridades, analiza y asigna la manera en que el grupo trabaja, los procesos de decisión, comunicación, motivación y negociación, y examina las relaciones que se establecen entre las personas que realizan el trabajo. (Fred, 1995; Gómez, 1993)

El Proceso administrativo es el motor fundamental para el administrador. Fayol representa el proceso administrativo como: Previsión, Organización, Dirección, Coordinación y Control, y algunos autores clásicos y neoclásicos adoptan el Proceso Administrativo como núcleo de su teoría, con sus cuatro elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar. De manera que, desde una óptica empresarial, el proceso administrativo involucra una serie de pasos articulados en una secuencia de cuatro elementos.

Según López (2008), el proceso administrativo debe ser visto en relación con la estrategia⁴, lo cual implica que para estudiarlo se debe partir del diagnóstico situacional de una empresa, de su industria y en relación con el territorio que le ofrece oportunidades y le plantea amenazas o desventajas. En un mundo globalizado, no sólo compiten las empresas, sino las regiones que tratan de atraerlas para generar empleo y crecimiento, lo cual introduce el tema de la competitividad regional como influyente en las estrategias y en los procesos de las empresas.

Por lo anterior, la empresa hoy no se debería mirar desde el punto de vista de una industria regional⁵, ni tampoco nacional sino desde una perspectiva global. La posibilidad de actuación dentro de una dinámica global está condicionada por las estrategias de acción que las organizaciones puedan fomentar con base en los retos que esta participación les demanda. La globalización requiere del desarrollo de nuevas competencias, un cambio ideológico y de cultura organizacional y el fomento de capital intelectual para identificar las oportunidades de negocios, más aún, descubrirlas en donde antes no se identificaban, pero ello sólo será posible a través de una verdadera gestión del conocimiento. (Muñoz, 2002)

Ser competitivo en una economía global consiste en analizar el estilo de gerencia para el adecuado manejo del personal, haciendo frente a las exigencias del cliente, desarrollando mejores individuos, mejores empresas y un país del cual se esté orgulloso al participar en el proceso educativo, en cuanto a considerar la calidad como forma de vida para mejorar substancialmente el nivel de vida de los ciudadanos (Piccolo, 1990).

Así pues, el modelo de la gerencia estratégica va más allá de las operaciones, problemas y crisis cotidianas, centrándose en el crecimiento y desarrollo globales de la organización. "¡La estrategia se preocupa por el bosque y no por los árboles! La toma de decisiones estratégicas efectivas es la responsabilidad principal del propietario de una empresa o del ejecutivo". (Fred, 1998, p.17)

⁴ Las estrategias son los medios por los cuales se lograrán los objetivos.

⁵ Industria, es un grupo de empresas que fabrican el mismo producto principal.

Hoy en día se reconoce ampliamente que se está acelerando el ritmo, la magnitud y la complejidad de los cambios que afectan a las organizaciones. "El proceso de gerencia estratégica está basado en la creencia de que una organización debería verificar en forma continua los hechos y las tendencias internas y externas". (1998, p. 4)

Dichos elementos son de gran consideración cuando se va a evaluar la organización, los competidores, la industria y el macroentorno⁶ como sistemas abiertos. Porter propone cinco fuerzas⁷ dentro de su marco de referencia que típicamente conforman la estructura de la industria; estas fuerzas se convierten en componentes básicos para un análisis del medio externo: intensidad de rivalidad entre competidores⁸, amenazas de nuevos participantes, amenazas de sustitutos, poder de negociación de compradores y poder de negociación de los vendedores. (Hax y Majluf, 1996)

En consecuencia, el gerente debe tener en cuenta en el momento de tomar una decisión, factores económicos, tecnológicos, socioculturales, políticos, legales y no menos importante, su responsabilidad social empresarial y ambiental.

Por consiguiente, se debe tener en cuenta el macro entorno PESTEL, una herramienta de análisis que suele ser usada para: comprender el crecimiento del mercado, mirar la competencia; el marco PESTEL clasifica las influencias del entorno en varias categorías: económicas, sociales, tecnológicas,

ecológicas (medio ambiente), y legales. (Johnson; Acholes y Whittington, 2003)

Según Porter (2008), toda empresa que compite en un sector industrial posee una estrategia competitiva, ya sea explícita o implícita. Esta estrategia pudo haber sido desarrollada explícitamente mediante procesos de planeación o pudo haberse originado en forma implícita a través de la actividad agregada de los diferentes departamentos funcionales de la empresa.

Así mismo, el modelo de la ventaja competitiva o plataforma económica, fundamentado en los factores que forman el "Diamante competitivo"⁹ (Porter, 1990), determina que adicional a las barreras de entrada¹⁰ que levantan las empresas, las condiciones que debe tener una región o un país para crear o potenciar la ventaja competitiva implican "... la dotación de factores de orden superior con incorporación de conocimiento, la existencia de una demanda fuerte y exigente, una base importante de industrias auxiliares o convexas y finalmente, el comportamiento estratégico de las empresas derivado de la rivalidad existente entre ellas." (Porter, 1990, citado en Granada, 2005)

El sistema económico está compuesto por dos grandes fenómenos, este sistema incorpora la producción, la circulación y el consumo de mercancías en la sociedad. Tales fenómenos son de tipo macroeconómico y macroeconómico (Mendoza, 2002), pero este trabajo se concentró en los conceptos macros y su relación con el entorno

⁶ Conjunto de factores del entorno que tienen una influencia no inmediata y afectan no sólo a la actividad comercial, sino también a otras actividades humanas y sociales.

⁷ El modelo de las cinco fuerzas ayuda a comprender las fuentes de la competencia en una industria o sector.

⁸ Son organizaciones con productos y servicios parecidos que quieren atender el mismo grupo de consumidores.

⁹ Sugiere que hay razones inherentes por las que algunas naciones son más competitivas que otras, y por las que hay algunas industrias dentro de las naciones que son más competitivas que otras.

¹⁰ Son factores que tienen que superar los nuevos entrantes si quieren competir con éxito.

organizacional como: el desempleo, la inflación, la devaluación. Por su parte, las tendencias del medio externo o entorno general del sector, determinan los factores estructurales y coyunturales que afectan el desempeño del sector y de la empresa. Por factores estructurales se entienden los cambios de largo plazo en las condiciones de operación de las empresas y que provienen de la macroeconomía.

Las decisiones del gobierno referentes al gasto público y a los impuestos constituyen la **política fiscal**. Los ingresos públicos son los ingresos del Estado obtenidos fundamentalmente a través de los impuestos.¹¹ Al igual que con el gasto público, el gobierno puede actuar sobre la economía utilizando los impuestos. Si el nivel de actividad económica es relativamente bajo y existe un volumen considerable de desempleo, el gobierno puede reducir los impuestos con el objeto de impulsar la demanda de consumo. Por el contrario, si la demanda agregada es superior a la capacidad productiva del país, una estrategia puede consistir en elevar los impuestos. Los factores coyunturales se refieren a las variables internas y externas que afectan el desempeño de la economía en un horizonte de corto plazo. (Granada, 2005)

Así lo enuncia Montoya (2008, p. 9) al referirse a la economía colombiana, cuando dice que se han trazado metas y para el logro de éstas se han aplicado medidas económicas, políticas y sociales, en concordancia con las medidas adoptadas en las economías dominantes. Después de la guerra fría se ha sustituido el concepto de Estado-na-

ción por conceptos supra-nacionales; estas medidas aplicadas deben ser analizadas de acuerdo con el logro en el mejoramiento de las condiciones de vida de del país.

Sin embargo, las políticas industriales son diferentes en todos los países, pues los gobiernos desarrollan diferentes líneas de acción para darle impulso a sus propias economías. "Es ejemplar la cooperación existente entre las empresas y el gobierno en el Japón, ... las políticas industriales incluyen acciones tales como el suministro de subsidios gubernamentales, la promoción de exportaciones, la reestructuración de las industrias, la nacionalización de empresas, la imposición de reglamentaciones, el cambio de las leyes tributarias, el establecimiento de normas con respecto a la contaminación, así como la fijación de cuotas de importación". (Fred, 1998, p.24)

El crecimiento económico es un aspecto de otro proceso más general, es el desarrollo de una sociedad a lo largo del tiempo que le lleva a registrar cambios fundamentales en su organización y sus instituciones. Con el estudio del crecimiento económico sólo se pretende analizar la parte del desarrollo económico y social que se refiere a la evolución de la producción y riqueza de un país.¹²

En cuanto a las diferentes estrategias empresariales, éstas incluyen expansión geográfica, diversificación, adquisición de competidores, obtención de control sobre proveedores o distribuidores, desarrollo de productos, penetración en el mercado, reducción, desposeimiento, liquidación, "asociaciones", o una combinación de algunas de

¹¹ Los impuestos son los ingresos públicos creados por ley y de cumplimiento obligatorio por parte de los sujetos contemplados en la misma.

¹² El crecimiento económico es un proceso sostenido a lo largo del tiempo en el que los niveles de actividad económica aumentan constantemente.

estas acciones. (Fred, 1998, p. 10). No obstante, la industria sufre una rivalidad entre competidores y una amenaza de nuevos participantes. Esto crea la necesidad de modificar conductas y formar condiciones que fortalezcan las ventajas competitivas frente a la competencia. Además, que sepa identificar oportunidades y amenazas en donde antes no existían.

Además, existe un conjunto de factores "de contingencia" o "situacional" que influyen en la elección de los parámetros de diseño, y viceversa. Entre ellos se encuentran la edad y el tamaño de la organización, su sistema técnico de producción, diversas características del entorno como la estabilidad y la complejidad, y su sistema de poder. (Mintzberg, Quinn, Brian y Ghoshal, 1998). Lo que significa que, cuando las personas deciden generar empresa parten de una idea de negocio. Luego modelan esta idea analizando factores de tipo económico-financiero que tendrán relación estrecha con su objeto social, es decir, la solución a una necesidad de la sociedad, lo que implica pensar sobre el sitio o lugar donde tendrán asiento principal sus actividades y el lugar desde donde establecerá la relación permanente, tanto con sus proveedores como con sus clientes

Pero también se deberá tener en cuenta que el capital inicial se deberá mantener en el tiempo y además deberá organizarse su incremento como resultado de las ganancias generadas en el desarrollo de sus actividades, y para ello se hace necesario tener un conocimiento claro no sólo del sitio donde se ubicará la empresa, sino también de los costos que se generarán al tomar esta decisión. (Restrepo, 2008)

El entorno hace referencia a diversas características del medio externo de la organiza-

ción. Ahora bien, el productor, el inversionista o la persona que ha decidido crear o incursionar en un proyecto de inversión empresarial deberá empezar por asumir su costo de oportunidad donde el inversionista tomará su primera gran decisión. Para esto, las partes interesadas deben hacer un estudio de mercado y se deben tomar en cuenta aspectos importantes tales como ¿Dónde fijar el domicilio principal de la empresa? Es algo complejo que requiere del análisis puntual de alternativas diferentes analizadas a través de diferentes variables: el costo de oportunidad, la relación costo-beneficio, la relación costo-volumen-utilidad, la incertidumbre y el riesgo, también las oportunidades que representen las diferentes regiones como: menores fletes de transporte, menor costo de mano de obra, menores impuestos, clima, geografía, facilidades de comunicación, vías de acceso adecuadas, seguridad permanente, aceptación de la gente, suministro de servicios públicos baratos y continuos, entre otros. (Restrepo, 2008)

METODOLOGÍA

Esta investigación identificó por medio de etapas o tiempos preestablecidos cuáles son las principales ventajas competitivas que tiene la localización de Textiles OMNES en Dosquebradas. Además, identificó los factores que le han permitido a la organización permanecer en el mercado.

De manera que esta investigación responde a una estructura metodológica descriptiva-cualitativa. La investigación cualitativa es el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes, para comprender la vida social por medio de significados y desde una perspectiva holística, pues se trata de entender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado

fenómeno. (Navarrete, Mejía, Julio, 2007, p.278)

En lo referente a lo descriptivo, éste narra la manera en que el investigador asimila la información recopilada y la contrasta con la teoría para así dar cuenta de lo indagado. Como se dijo anteriormente, la investigación responde a unos tiempos que están plasmados en el cronograma y sus contenidos están descritos a continuación por medio de etapas:

La primera etapa recolecta fundamentos teóricos del tema, con base en los postulados teóricos de autores como: José María Mendoza, Juan C. Gómez Fulao, David Fred R., entre otros.

Una segunda etapa responde a un marco de referencia y a la observación directa por medio de la entrevista. Toda entrevista es una conversación entre dos o más personas, según la modalidad aplicada, que tiene propósitos investigativos y profesionales de: obtención de información individual o grupal, facilitar la información e influir en cierto aspectos conductuales, sociales, educativos, sentimentales y opiniones, por lo tanto la entrevista ejerce una función terapéutica como necesidad educativa, clínica, social, entre otros. (Martínez, 2008)

La etapa siguiente fue la interpretación y unificación de la información recopilada, donde tuvo lugar la observación directa e indirecta. En este segundo aspecto los artículos, datos de la industria textil y documentos de la empresa fueron de gran ayuda e interés al momento de contrastar la realidad empresarial con la teoría impartida por la universidad en el trabajo de investigación de cuarto semestre.

Y como una etapa final, la entrega y socialización del trabajo escrito es una fase de retroalimentación donde estudiantes y profesores se ponen de acuerdo en los éxitos del proyecto en procura de una especialización de los temas planteados por los profesores.

RESULTADOS

1. Un gran número de empresas del sector debieron ser liquidadas, Textiles OMNES estuvo a punto de serlo, pero entró en concordato. Las mayores desventajas reveladas por el sector son el atraso tecnológico presente en la mayor parte de las empresas, altos costos de las materias primas, así como algunos problemas en sus estructuras organizacionales.
2. No obstante las dificultades, el sector se ha mantenido tratando de reestructurar sus finanzas y su aparato productivo, posee ventajas heredadas de su larga experiencia como son: el conocimiento técnico, habilidades y destrezas en el factor humano, buena calidad de sus productos y en la actualidad se encuentra haciendo un gran esfuerzo por diferenciar sus productos e innovar los procesos.
3. Según los datos reportados por CONFECAMÁRAS y SUPERSOCIEDADES, este sector en el país se comporta de manera competitiva. El mercado no se encuentra altamente concentrado y son muchas las empresas que compiten.
4. Los indicadores de productividad y eficiencia revelaron un sector textil en total reestructuración, con un lento crecimiento del valor agregado dado lo obsoleto

de su maquinaria y la precaria tecnología, con niveles de eficiencia (reflejados por la participación del consumo intermedio en la producción bruta) por debajo de otros sectores industriales, con bajas inversiones y baja productividad laboral.

5. Los resultados de una empresa no dependen sólo de la tecnología y las condiciones del mercado, sino también de que su administración sea capaz de organizar los recursos y establecer un ambiente adecuado de trabajo.

CONCLUSIONES

1. El sector textil y confeccionista colombiano cuenta con una tradición de más de cien años, durante los cuales se ha ganado un lugar fundamental en el desa-

rollo económico e industrial del país, construyendo una compleja cadena productiva que pasa por actividades diversas como el cultivo, el desmote, el hilado, la tejeduría y la confección, a través de las cuales este sector ha generado un aporte muy importante al empleo, el ingreso y a las exportaciones.

2. El apreciable aumento de las importaciones entre 1992 y 1997 no es tanto resultado de los cambios en las regulaciones sobre comercio exterior cuanto de un ingreso desbordado de divisas que revaluó el peso colombiano y "abarató" las importaciones.
3. En la actualidad Textiles OMNES continúa un proceso de reestructuración, el cual sin embargo debe darse en un entorno internacional cada vez más difícil.

BIBLIOGRAFÍA

Aktouf, O. (1998). La administración entre tradición y renovación. Cali: Univalle - Gaetan Morín.

Bassi, E. (2003). Globalización de negocios. Construyendo ventajas competitivas. México: LIMUSA S.A.

Castells M. (1999). La era de la información: Economía y sociedad. V. II. El poder de la identidad. México: Siglo Veintiuno.

David, Fred. (1998). La gerencia estratégica. Bogotá: Legis.

Giraldo R., J., López Castaño, S. y Montoya N. (2007). El proceso administrativo en relación con el entorno. Pereira: UCPR.

Gomez F, Magdalena, J. (1999). Sistemas administrativos: estructura y procesos. Buenos Aires: Macchi.

Hax, A. y Majluf, N. (1996). Gestión de empresa con una visión estratégica. 4 ed. Santiago de Chile: Dolmen.

Johnson, G., Sholes, K. y Wittington, R. (2003). Dirección estratégica 7 ed. Madrid: Pearson.

Mendoza, J. (2002). Las funciones administrativas: un enfoque estratégico y táctico Barranquilla: Uninorte.

Piccolo, R (1990). Competitividad y liderazgo. El contador público frente al siglo XXI. México: Colegio de contadores de México.

Ruiz Granada, L. (2005) Actividades Productivas y tejido social: Una mirada compleja a las empresas de confección del Departamento de Risaralda. Tesis, UCPR, Universidad Nacional

CORP.ALMA MATER. Foro... en línea Disponible en www.almamater.edu.co/new_page/...foro.../23_. Consultado Septiembre, 2008.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Colombia. (En línea) Disponible en www.agrocadenas.gov.co/agrocadenas@iica.int Consultado Septiembre, 2008.

Sobre la investigación cualitativa-Nuevos conceptos y campos de desarrollo. (En línea). Disponible en <http://www.scribd.com/doc/2388276/investigacion-cualitativa>. Consultado noviembre de 2008.

Martínez, José Daniel. La entrevista como instrumento de investigación.(En línea). Disponible en: <http://www2.elnuevodiario.com.do/app/article.aspx?id=106667>.

Consultado Octubre 2008 El Nuevo Diario.